

77

246

М.Э. ВИЛЬЧИНСКАЯ-БУТЕНКО

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЗА РУБЕЖОМ



611325
3 ВОЗВРАТИТЕ КНИГУ НЕ ПОЗЖЕ
1-2 р.х.ф. обозначенного здесь срока а.ф.
1-2,3.х.ф.
1-х/х

1-				

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

МАРИНА ЭДУАРДОВНА ВИЛЬЧИНСКАЯ-БУТЕНКО

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЗА РУБЕЖОМ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2011

ББК 77.04
УДК 375
ISBN 978-5-7451-0048-5

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств

Научный редактор – доктор культурологи, профессор, член-корреспондент РАО М. А. Ариарский

Рецензенты:

- доктор педагогических наук, профессор И. А. Новикова
- кандидат культурологи, доцент О. Н. Судакова

Вильчинская-Бутенко М. Э. **Социально-культурная деятельность за рубежом.**

Учебное пособие. – СПб., 2011. – 240с

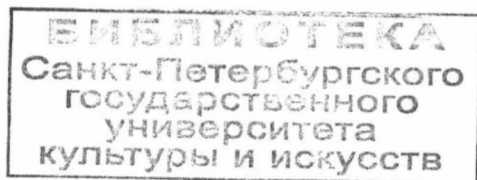
Тираж 200 экз.

Учебное пособие разработано в соответствии с Государственным образовательным стандартом третьего поколения по направлению «Социально-культурная деятельность».

В пособии последовательно раскрываются содержание и формы социально-культурной деятельности в Европе, США, на Ближнем Востоке, в Юго-Восточной Азии.

Пособие ориентировано на студентов вузов культуры, аспирантов, практиков социально-культурных учреждений.

611325



Амортизация
с VIII 2011 г.

ISBN 978-5-7451-0048-5

© Марина Эдуардовна Вильчинская-Бутенко

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНОВ.....	7
ГЛАВА 1. СЕВЕРНАЯ И ЮЖНАЯ АМЕРИКА	7
1.1. Соединенные Штаты Америки	7
Этнокультурная специфика США и тенденции развития культуры региона	7
Становление и развитие индустрии досуга в США.....	22
1.2. Бразилия	40
Контрольные вопросы и задания	47
ГЛАВА 2. ЕВРОПА	48
2.1. Специфика этнокультурной и социокультурной ситуации в Европе	48
2.2. Культурная политика Европейского Союза	59
2.3. Характеристика социально-культурного развития отдельных стран Европы	69
Франция: модель культурной политики с активным вмешательством государства	70
Великобритания: модель культурной политики с минимальным вмешательством государства.....	79
Финляндия: модель культурной политики с косвенным участием государства	81
Контрольные вопросы и задания	85
ГЛАВА 3. СТРАНЫ АЗИИ И АФРИКИ	86
3.1. Социально-культурный облик мусульманских стран Азии и Африки.....	86
Общая характеристика стран ислама Азии и Африки	86
Специфика досуга в мире ислама	94
3.2. Социально-культурная практика Индии	98
3.3. Специфика социокультурного развития Японии	105
Концепция культурного развития постмодернизационной Японии (1980-е годы)	111
Японская политика «мягкой силы» (начало XXI века)	114
3.4. Социально-культурное развитие Китая	120
Этноконфессиональные и социокультурные характеристики Китая	120
Культура как инструмент внешней политики современного Китая	122
Контрольные вопросы и задания	126
ГЛАВА 4. АВСТРАЛИЯ.....	127
4.1. Специфика социокультурной ситуации в Австралии	127
4.2. Участие государства в развитии культуры Австралии	130
Контрольные вопросы и задания	133

РАЗДЕЛ II. ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ РАБОТЫ С НАСЕЛЕНИЕМ ЗА РУБЕЖОМ.....	134
ГЛАВА 5. СОЦИАЛЬНО ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА НАСЕЛЕНИЯ ЗА РУБЕЖОМ.....	134
5.1. Социальное воспитание подрастающих поколений и его взаимосвязь с другими социокультурными направлениями за рубежом.....	134
Опыт культурно-досуговой деятельности в скаутских организациях	134
Профессиональная ориентация подростков и молодежи в учреждениях клубного типа (на опыте США)	137
5.2. Организация социально-культурной работы с самостоятельным населением в зарубежных странах	141
Социально-культурная деятельность «Ротари»-клубов.....	141
Организация корпоративного досуга в трудовых коллективах за рубежом	148
5.3. Зарубежный опыт организации досуга людей пожилого возраста.....	155
Понятие новой модели старости.....	155
Организация досуга людей третьего возраста в англоязычных странах.....	157
Контрольные вопросы и задания.....	159
ГЛАВА 6. ЗАРУБЕЖНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКРЕАЦИИ	161
6.1. Общая характеристика искусственных зон отдыха за рубежом	161
6.2. Спортивные парки	165
6.3. Тематические парки	169
6.4. Тематические развлекательные парки	176
Парк «Киномир Уорнер Бразерс»	182
«Европа парк».....	183
Парк «Футуроскоп»	183
Парк «Диснейленд»	184
6.5. Новые информационные технологии в социально-культурной сфере зарубежных стран.....	190
Новые возможности кабельных сетей	190
Цифровое вещание	191
Системы виртуальной реальности	193
Контрольные вопросы и задания.....	200
Заключение	201
Библиография.....	202
Рабочая программа дисциплины «Социально-культурная работа за рубежом»	212
Приложения	238

ВВЕДЕНИЕ

Данное учебное пособие рассматривает проблему, затрагивающую не только сферу интересов специалистов-организаторов социально-культурной деятельности, но и каждого индивида в отдельности. Ведь проблема наполнения досуга, организации эффективной культурно-досуговой деятельности стоит достаточно остро во всем мире, и в ряде стран вполне успешно решается.

В сравнительно короткие исторические сроки практически во всех странах мира в общественной жизни и быту произошли глубокие изменения, приведшие, фактически, к появлению нового феномена постмодернистской эпохи – цивилизации досуга и, как следствие, – человеку досуга. Функция восстановления сил перед новым рабочим днем, отводимая досугу еще 50 лет назад, сегодня абсолютно утратила свою актуальность, как и указывал Ж.Дюмазедье. Досуг – это не часы в бюджете времени, это – смысл индивидуального существования современного человека, который осознанно и методично выстраивает стену между обществом и собой, меняет соотношение коллективного долга и индивидуального блага в пользу последнего¹. Изменение профессионально-квалификационной структуры, возрастание образовательного и культурного уровня, рост информированности привели к развитию потребностей в более разнообразном и интересном досуге, в творческой деятельности и социальном росте, отмечаемых практически во всех странах мира. И каждая страна или группа стран стремится по-своему решить эти проблемы, в соответствии со своей ментальностью, сложившимися экономическими и социально-культурными условиями.

Учитывая то обстоятельство, что теория социально-культурной деятельности не относится к наукам устоявшимся, так называемым классическим, а лишь формируется сегодня, и поэтому не располагает знанием нормативным (т.е. ее содержание достаточно дискуссионно и многовариантно), а также учитывая разрозненность информации в области зарубежного опыта социально-культурного развития, автор пытается решить две основные задачи: во-первых, рассмотреть специфику социально-культурного развития в различных регионах мира, во-вторых, ознакомить с новыми технологиями в индустрии досуга и развлечений за рубежом. Отсюда следует научно-практический характер пособия, вычленение в его контексте двух разделов.

Первый из них призван осветить специфику социально-культурного развития отдельных стран и регионов мира, отличающихся

¹ См.: Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга / Ж. Дюмазедье // Вестник МГУ. Серия 12. Социально-политические исследования. — 1993. — № 1. — С. 83-88.

как уровнем социально-экономического развития, так и характерными особенностями в сфере духовной культуры. Рассмотрение этнокультурной специфики изучаемого региона, предшествующее каждой главе первого раздела, дает пищу для дальнейшего самостоятельного анализа в рамках учебного процесса. Поэтому данное пособие, на взгляд автора, выходит за рамки традиционного жанра, предлагая информацию не только для усвоения, но и размышления, внутреннего диалога с автором, ибо "диалогичен" сам предмет обсуждения: различение моделей организации досуга строится на сопоставлении этнокультурной специфики регионов.

Во второй части рассматриваются наиболее интересные и значимые для нашей страны с точки зрения заимствования передового опыта технологии досуга, позволяющие зарубежным странам лидировать в этой сфере. Начиная с 80-х годов прошлого столетия индустрия развлечений начала особенно активно и бурно развиваться, превратившись в огромную отрасль экономики. В последние несколько лет российская индустрия развлечений также активно развивается. Развлечения — это всегда игра, сопереживание через имитацию тех или иных экстремальных ситуаций. Поскольку вся мировая экономика работает, по сути, на удовлетворение инстинктов и происходящих из них других более сложных потребностей человека, то, естественно, индустрия развлечений занимает в ней значительную долю.

Россия, многие десятилетия лишенная возможностей развития рыночных отношений, не имела таковых и в сфере индустрии развлечений, поэтому путь нашей страны отличается от мировых закономерностей развития данной сферы социально-культурной деятельности. Так, одними из первых заграничных развлечений в нашей стране стали казино для богатой категории потребителей, именуемых «новыми русскими». Затем появились более демократичные развлечения: кинотеатры с передовыми аудиотехнологиями, открытые аквапарки на Черном море, построено несколько современных горнолыжных комплексов. Все это сравнительно недорогие (до 5 млн. долларов) объекты. Постепенно к ним добавляются и более дорогие объекты развлечений: построены крытые аквапарки, стоимость которых по 30-40 млн. долларов каждый. Однако главные объекты развлечений всего цивилизованного мира — это тематические парки, стоимость которых может достигать нескольких миллиардов долларов. Современных тематических парков такого уровня у нас пока еще нет, и это объяснимо с точки зрения больших затрат на строительство и низкой стабильности отечественной политики и экономики. Но перспективы для России видятся именно в создании искусственных зон отдыха, прежде всего, по причине суровых климатических условий, из-за которых открытые парки могут функционировать лишь несколько месяцев в году.

РАЗДЕЛ I. СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНОВ

ГЛАВА 1. СЕВЕРНАЯ И ЮЖНАЯ АМЕРИКА

1.1. СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ АМЕРИКИ

ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА США И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ РЕГИОНА

Климатические условия, географическое местоположение той или иной страны, религиозные и этнонациональные традиции и обычаи обуславливают специфику свободного времяпрепровождения различных народов. И если в соответствии со сложившимися этническими стереотипами представить себе досуг среднестатистического француза или японца сравнительно легко, то гораздо сложнее охарактеризовать досуг и рекреацию американца — слишком различны психолого-поведенческие стереотипы, способы общения, религиозные и этнические традиции народов, составляющих население США.

Соотношение самобытности и мультикультурности в американской культуре. Характерной чертой современных США можно считать мультикультурность²: среди граждан этого государства большой процент не только афроамериканцев, но и натурализованных американцев — выходцев из Азии и стран Латинской Америки.

В последней трети XX столетия на смену национальной метафоре XVIII века — образу «плавильного тигля»³ — для обозначения американской культуры пришла целая серия метафор («тарелка с салатом», «овощной суп», «роскошная мозаика»), но суть при этом осталась неизменной: американская нация — это производное от слияния множества национальных культур. Президент Джон Ф. Кеннеди

² Мультикультурность — расово-этническая многокультурность; многоэтничность. (Толковый словарь обществоведческих терминов/ Н.Е. Яценко. — СПб.: Лань, 1999)

³ Метафора переплавки появилась благодаря известному автору французского романа «Письма американского фермера» в 1772 году задал сакраментальный вопрос: «Кто же такой американец, этот новый человек?» Отвечая на него, он употребил, среди прочего, выражение: американец «переплавляется» в нечто новое. Кульминацией победного шествия метафоры в начале XX века стала пьеса об Америке Израиля Зангвила «The Melting pot» («Плавильный тигель»), где прославляется способность Америки «переплавить» представителей всех наций, рас, классов, всех сделать новыми людьми. В начале XX века эта концепция даже обыгрывалась на заводах Форда: происходила церемония переплавки новых работников из числа недавних иммигрантов в колоссальном «плавильном котле», куда они входили в своих национальных костюмах по ступеням, а после символического «перемешивания» их огромной ложкой, переодетые внутри котла люди выходили уже в стандартных американских костюмах и с американским флагом.

в 1958 году⁴ дал общую характеристику этой смеси старого и нового, назвав Америку обществом иммигрантов, каждый из которых начал новую жизнь, имея равные возможности со всеми остальными. В этом, по мнению Дж.Кеннеди, и состоит секрет Америки: она представляет собой страну людей, не забывающих старые традиции и имеющих смелость открывать новые горизонты. Президент Барак Обама еще через 50 лет подтвердил: “Мы осознаем, что многообразие общества – это наша сила, а не слабость”⁵.

Коренные жители США – индейцы – составляют менее процента от общего населения страны, что на порядок меньше “пришлых” черных, латинос и азиатов, не говоря уже о белых. “Настоящие” индейцы живут обособленно от остальных в резервациях, городские же внешне похожи на мексиканцев, и их легко перепутать. Индейцев не призывают в армию, масса правительственных льгот попадает конкретным людям через общие программы. Если человек живет в резервации, он автоматически считается индейцем; если на ему не нравится такой образ жизни, то приходится доказывать чиновникам свою национальную принадлежность, а в американских паспортах, как известно, нет графы “национальность”. По этой причине примерно треть от общей численности индейского населения живут в 199 резервациях, которые управляются местными органами власти. В Соединенных Штатах более 560 племенных органов власти, они поддерживают прямые межправительственные отношения с федеральным правительством. Так, например, индейцы различных американских племен на протяжении многих лет добивались компенсации за, по их мнению, ненадлежащее распоряжение землями и средствами коренных народов Америки, которые с XIX века находятся в доверительном управлении Правительства США. В 1887 году земли и ценности индейцев были переданы в управление федеральному правительству. Взамен для коренных жителей континента были открыты специальные банковские счета, на которые должны были перечисляться доходы от управления имуществом. Однако позже обнаружилось, что на многие счета поступали ничтожно малые суммы: менее одного цента в год. Кроме того, индейцы объявили, что правительство допустило бесхозяйственное управление частью земель, и при должном использовании они могли бы принести куда большую выгоду. В 1996 году коренные народы США подали коллективный иск о компенсации к федеральному правительству, по которому требовали выплатить им 47 миллиардов долларов упущенной выгоды. В августе 2008 года суд признал долг за американскими властями, однако его

⁴ В книге «Нация иммигрантов» (Kennedy J.F. A Nation of Immigrants. — N.Y.: Harper & Row. Publishers, Inc., 1964).

⁵ Инаугурационная речь президента Б. Обамы. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-russian/2009/january/20090121085901abretnuh0.7421228.html>

размер существенно сократился — до 455 миллионов долларов. В последний год в ходе различных консультаций индейцы добивались увеличения суммы компенсации. Правительство Барака Обамы в 2009 году пообещало выплатить индейцам 3,4 миллиарда долларов: каждый индеец автоматически получит по 1000 долларов. Кроме этого, львиная сумма компенсации, около 2 миллиардов долларов, уйдет на выкуп земель из частного пользования, что позволит индейцам вернуться в родные места⁶.

Племенные органы власти наделены рядом суверенных прав: они управляют собственными судебными системами и силами охраны правопорядка, руководят школами и больницами, управляют широким кругом предприятий. Органы власти коренных народов создают десятки тысяч рабочих мест и пополняют миллионами долларов экономику штатов.

В октябре 1988 года конгрессом США был принят закон о регулировании игровой деятельности на территориях индейских резерваций. Власти США поставили минимальные ограничения перед индейцами и в конце 80-х годов XX века казино стали появляться не территориях индейских резерваций. Только в Миннесоте работают 13 легальных казино, в Миннеаполисе есть крупнейшее казино «Таинственное озеро», которое приносит ежегодно администрации заведения около 120 миллионов долларов прибыли. В 2003 году Арнольд Шварценеггер, будучи губернатором Калифорнии, договорился с десятью индейскими племенами о строительстве новых казино на территориях резерваций, и теперь 25 % прибыли от этих казино уходит в казну штата Калифорния. Следует уточнить, что резервации налогов государству не платят, поэтому весь доход идет на пользу общин. Некоторые резервации идут дальше и полученные от казино средства вкладывают в нетрадиционные для индейцев индустриальные и сельскохозяйственные бизнесы. Значительные дивиденды резервациям приносит безакцизная торговля алкоголем и табачными изделиями, туристический и зрелищный бизнес. Безусловным плюсом резерваций надо считать то, что они являются центрами сохранения индейской культуры, языков и прикладного искусства.

Как отмечает В. Мэнкиллер⁷, численность населения или территория, подведомственная правительству суверенного племени, не влияют на то, как оно пользуется правами на самоуправление. Точно так же как княжество Монако пользуется теми же международными правами, что и Китай, и Соединенные Штаты, племена с крошечной

⁶ Семушкин С. США выплатят индейцам компенсацию/ С. Семушкин // Комсомольская правда. — 09.12.2009.

⁷ Вилма Мэнкиллер – в прошлом главный вождь народа чероки, первая женщина, занимавшая эту должность. Она имеет ряд опубликованных работ и давно борется за права коренных народов, а в 1998 году ей была вручена Президентская медаль свободы.

территорией и малочисленным населением являются суверенными образованиями⁸.

В XXI веке коренные народы США сталкиваются со многими острыми политическими, социальными, экономическими и культурными проблемами. Одной из главных проблем является выработка практических моделей, позволяющих выявлять, сохранять и передавать грядущим поколениям традиционные системы знаний и ценности. Ничто не может заменить чувства преемственности, возникающего при подлинном понимании традиционных знаний. Несомненно, в некоторых коренных общинах первобытные языки, церемонии и системы знаний безвозвратно утрачены, но во многих других динамично развивается культура, по-прежнему говорят на родном языке, проводятся сотни церемоний в честь смены времен года в природе и в жизни людей. Ежегодно коренные народы разрабатывают все больше проектов в сфере сохранения отдельных аспектов культуры, таких как язык и использование лекарственных растений.

Целенаправленная борьба американской общественности с системой расовой дискриминации, реализуемая законом о гражданских правах, с 1960-х годов привела к активному формированию чернокожего среднего класса. По данным National Center for Educational Statistics, 20,6% афроамериканцев имеют ученую степень бакалавра и выше⁹. 26% чернокожих американцев трудоспособного возраста заняты на высокооплачиваемых наемных работах. В США насчитывается 44,9 тыс. чернокожих врачей, 80 тыс. преподавателей, 48,3 тыс. юристов и 52,4 тыс. топ-менеджеров.

С ростом доходов, естественно, растут потребности в образовании, проведении досуга, растет интерес к искусству. Темнокожая интеллигенция США чувствует себя "культурными мулатами". Новое поколение, выросшее в пригородах со смешанным населением и получившее образование в престижных колледжах, считает себя наследниками культурных традиций как белых, так и черных. В целом же сегодняшнюю Америку трудно представить без Национальной баскетбольной ассоциации, Уитни Хьюстон, Майкла Джексона, Вупи Голдберг, Уилла Смита и других звезд с черной кожей.

В 1960-80-е годы увеличился поток иммигрантов из стран "третьего мира", Восточной Европы, резко возрос состав испаноязычного населения страны и т.д. Понятие "испаноязычный" точно отражает реальность: выходцы из Латинской Америки часто отказываются от идентификации с Испанией вследствие опыта жизни

⁸ Мэнкиллер В. Коренные народы в 21-м веке/ В. Мэнкиллер. — Режим доступа: <http://www.america.gov/st/society-russian/2009/July/20090728111226wrybakuh0.1224329.html>

⁹ Черное и Белое. Межрасовые отношения в США// Washington Profile. 24.09.2004. – Режим доступа: <http://www.washprofile.org/ru/node/1143>

под колониальным испанским господством. Многие испаноязычные американцы в Соединенных Штатах называют себя "латиноамериканцами" или претендуют на иную этническую принадлежность вследствие их смешанного расового происхождения — среди их предков могут быть как коренные американцы, так и американцы африканского происхождения, а также американцы, предки которых были испаноговорящими европейцами. Независимо от своего этнического происхождения потомки латиноамериканцев или испаноязычных европейцев оказывают влияние на американское общество и его жизнь. В целом в США к 2003 году испаноязычное население достигло почти 39 млн. человек, превысив количество афроамериканцев на полмиллиона.

Новых иммигрантов побудило двинуться в Америку то же, что и их предшественников, а именно: желание избежать нищеты, преследований, мечта жить в свободном обществе. Этот свежий прилив иммигрантов доказывает, что остаются привлекательными те американские ценности и идеалы, которые были заложены при основании государства. Это нелегко — оставаясь самим собой, стать частичкой общей культуры (поэтому в американской литературе немало героев-одиночек, бунтарей и неудачников).

Артур Шлезингер, автор книги «Разъединение Америки»¹⁰, утверждает: Соединенные Штаты избежали разъединения многонационального общества, создав совершенно новую национальную самобытность. Целью Америки было не сохранение старых культур, а рождение новой американской культуры. Явление, когда люди разных национальностей, говорящие на разных языках, разных вероисповеданий, живут в одном государстве, довольно распространено, а этнические и расовые конфликты — одно из самых болезненных явлений нашего времени: Советский Союз, Югославия, Эфиопия пережили этнический кризис. И даже такие цивилизованные страны, как Великобритания, Франция, Бельгия и Испания сталкиваются сейчас с напряженностью в этнических отношениях. По словам М. Тэтчер, «ни одной другой стране (кроме США) не удалось столь успешно соединить людей разных рас и национальностей в одной культуре». Именно здесь представители разных рас и народов — англичане, шведы, немцы, французы, датчане — сплелись в новую расу людей — в американцев.

В то же время новая американская нация строилась во многом по английской модели, заимствовав язык, идеи, идеалы, общественные институты. Плавильный котел вместил в основном лишь белых эмигрантов, оставив в стороне черных, желтых, коричневых американцев. Но в XX веке благодаря новым иммиграционным и другим

¹⁰ Schlesinger A. Jr. The Disuniting of America/ A. Jr.Schlesinger. – N.Y.: Norton, 1998.

законам американское общество, американская культура приняли в себя не-белые группы населения, выходцев не-европейского происхождения. Большая часть американских национальных меньшинств XXI века считают себя прежде всего американцами, а возрастающее многообразие американского населения делает первоочередным вопрос об объединяющих нацию идеалах и общей культуре.

Соотношение массовой и элитарной культур в США. На первый взгляд, американец живет в обществе массового производства-потребления, и американская массовая культура – это, прежде всего, культура стандартных массовых ценностей и массового производства предметов стандартного массового досуга¹¹. Действительно, наиболее экспортируемый американский товар — массовая культура — за несколько десятилетий сделал своими жертвами Германию, Францию, Японию, Таиланд, а после падения Берлинской стены практически все страны Восточной Европы оказались подчинены кока-коле, двойному гамбургеру, мышонку Микки и «мыльным операм»¹².

Массовая культура — прямое порождение так называемой теории "американской исключительности", которая распространяется на все сферы жизнедеятельности американцев.

Идея об исключительности стала зарождаться с открытия Америки: само название Новый Свет (антитеза Старому Свету) стало символом для предприимчивых, но незнатных людей и гонимых из Европы протестантов, видевших свое переселение как исход израильтян из Египта. Очень быстро европейские переселенцы, строящие новое государство в пику монархической Великобритании, добились значительных политических, экономических и культурных успехов. Уже к концу XIX века гордость за свои социальные и политические достижения в общественном мнении американцев переросла в убежденность в их превосходстве: ведь накануне Первой мировой войны США стали явным лидером в плане экономического развития, обогнав Германию, Францию и даже Великобританию. Теория "американской исключительности" также получила подкрепление после Второй мировой войны, когда США взяли на себя ответственность в противостоянии СССР и всему социалистическому лагерю.

Несмотря на это, на протяжении почти четырех столетий англо-протестантская культура переселенцев-основателей была центральным и постоянным компонентом американской самоидентификации. Артур Шлезингер писал: «язык новой нации, её законы, её институты, её

¹¹ Климова Л. Е. Массовая культура и личность (Культурфилософский аспект) / Л.Е.Климова: Автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13. — Ставрополь: СГУ, 2005. — С.8.

¹² Название «мыльная опера» закрепилось с легкой руки одного американского критика, который в своей статье о радио именно так назвал радиосериал «Betty and Bob», вышедший в эфир 10 октября 1932 года. Так как аудиторией сериалов были в основном американские домохозяйки, то первым спонсором радиосериалов была известная компания «Procter&Gamble». Во время передачи она рекламировала мыльный порошок Oxydol.

политические идеи, её литература, её обычаи, её представления, её молитвы преимущественно произошли из Британии»¹³. Но не британский менталитет, а именно протестантизм лежал в сердцевине американской самоидентификации и культуры. Именно протестантская этика определила новое отношение к богатству: если в православии и католицизме богатство рассматривалось как нечто греховное и посылное, то протестантизм возвел богатство в ранг божьего благословения — оно давалось человеку в конце жизни как воздаяние за его неустанный труд, талант и инициативность. Эта особенность протестантской этики способствовала формированию «культуры героя-одиночки», или, как говорят американцы — «человека, сделавшего себя самостоятельно» (*self-made-man*), т.е. человека, способного, не упоая на божий промысел, а исключительно своими собственными силами добиваться желаемого результата, успеха, славы, карьерного и личностного роста. При этом сегодняшний герой-одиночка может быть неуклюжим, смешным и слабым физически, но его необычайная внутренняя сила обязательно сделает его победителем, суперменом (например, история Человека-Паука).

Таким образом, особенность исторического развития США предопределила специфику американской культуры, впервые давшей личности свободу и независимость от основных регулятивных принципов (Священного Писания или общеобязательной идеологии). На практике это означало независимость от авторитетов, опору на собственные суждения, чувство личной ответственности. Даже природно-климатические и географические особенности североамериканского континента «работали» на создание особой ментальности американца. Так, например, на большей части территории Соединенных Штатов земли было в избытке, а рабочей силы не доставало — вот почему в стране не укоренилась английская система землевладения, при которой наделенное землей дворянство владело огромными поместьями, а большинство фермеров становились арендаторами. Напротив, основой сельского хозяйства в Северной Америке были многочисленные семейные фермы. Более того, фермерские хозяйства были разбросаны и обособлены, а не концентрировались вокруг деревень, что еще больше способствовало укреплению индивидуализма и самостоятельности.

Другими словами, в недрах американской культуры сформировался индивидуализм, понимаемый как уникальность личности и высшая ценность интересов отдельного человека. Черты разнообразия, допустимые в рамках американской культуры, ограничивались правовыми нормами и внутренними нравственными принципами.

¹³ Schlesinger A. Jr. *The Disuniting of America*/ A. Jr. Schlesinger. — N.Y.: Norton, 1998. — P. 34.

Миф об Америке как стране исключительных возможностей не одно десятилетие поддерживался политиками и средствами массовой информации. В предвыборной речи президент Б.Клинтон назвал США конца XX века «страной осуществленной мечты», «государством, где самый производительный труд породил наиболее развитый и рациональный досуг». Безусловно, эти высказывания носят, прежде всего, политический характер и отражают американские стереотипы «мы лучше всех умеем отдыхать», «у нас лучшая в мире индустрия досуга». Тем не менее, за ними стоит констатация принципиально важных социальных явлений Америки 1990-х годов: увеличение доли свободного времени в общем бюджете времени, постоянное улучшение качества организации сферы отдыха и досуга, укрупнение межотраслевых рекреационных комплексов. Таким образом, отдых и досуг для современных американцев — отнюдь не роскошь, а, скорее, жизненный принцип (так, по данным японского Центра развития досуга за 1995 год 20,8% американцев отдают предпочтение досугу, и еще 43,7% считают, что работа и досуг одинаково важны)¹⁴.

Все индивидуальные модели досуга отражают общий уровень культуры, поэтому мы говорим о значимости влияния массовой культуры на досуговую сферу США¹⁵. Популярность массовой культуры определяется, прежде всего, ее демократичностью, доступностью. Массовая культура гармонично вписывается в схему жизнедеятельности американского общества на принципах демократии и равенства возможностей для всех, а её доступность, в свою очередь, предполагает совокупность трех аспектов: ценовой, интеллектуальной доступности, а также отсутствие ярко выраженных национальных и конфессиональных характеристик американской культуры, что снижает степень ее отторжения представителями других культур.

1. Ценовая доступность

Учреждения досуга США существуют в условиях жесткой конкуренции, поэтому предпочитают работать с массовым потребителем своих услуг, устанавливая низкие цены, которые по карману и пожилым, и инвалидам, и иным категориям малообеспеченных американцев. В результате, например, средняя стоимость билета в кинотеатрах США в 2010 году составила 7,88 доллара за билет, при уровне зарплаты, по данным Министерства труда США за 2006 год, от \$15 тыс. в год у самых низкооплачиваемых американцев (строители, повара, офисные работники) до \$100 тыс. в год у высокооплачиваемых работников (финансисты, специалисты в

¹⁴ См.: Работа или досуг?// Япония сегодня. — 1998. — № 8. — С.4.

¹⁵ См.: Савельева И.Г. Массовая и популярная культура в современном обществе: коммуникационный аспект: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.06 Текст. / И.Г. Савельева; Казанск. гос. ун-т. — Казань, 2000. — 23 с.

области рекламы и маркетинга, бизнесмены)¹⁶. Для сравнения: в пересчете на доллары в июле 2010 года средняя зарплата в России составила \$695 (или \$8340 в год, что почти в два раза ниже доходов низкооплачиваемых американцев), а средняя цена билета на киносеанс по состоянию на конец 2010 года практически не отличалась от цены билета в США и составила \$6,37 в обычном кинотеатре и \$8,4 — на 3D-сеанс¹⁷.

Низкие цены обеспечивают и доступность оздоровительных мероприятий: например, стоимость месячного абонемента на двоих (!) в фитнес-клубах сети «24 часа фитнес» составляет 20\$, что примерно равно 2-часовому заработку медсестры или служащего среднего звена.

2. Интеллектуальная доступность

Массовая культура – это культура, представленная так называемыми «низкими» жанрами: в литературе это – женские романы, фэнтези, детективы, в музыке – несложные стили типа диско, рок-н-ролла, в театральном искусстве – мюзиклы, на телевидении – это многочисленные сериалы и шоу, в том числе и реалити-шоу. Для того, чтобы понимать и принимать эту попкультуру, потребителю достаточно иметь самый примитивный уровень интеллекта. Следовательно, с одной стороны, действительно можно говорить об интеллектуальной доступности массовой культуры, но, с другой, — вовсе необязательно, чтобы общий знаменатель был низким, да и американское умение создавать развлекательную продукцию, нравящуюся буквально всему человечеству, тоже требует совсем немалого таланта. В своей книге «Голливудский глаз» писатель и продюсер Джон Бурстин защищает ориентацию создателей кинокартин на вкусы массового рынка, используя при этом терминологию, которую можно вполне применить и к другим областям американской попкультуры: «По-своему простодушные, жадные и демократичные голливудские создатели фильмов в глубине души знают, что они способны примирить непримиримое — создать фильм, которым они бы сами ужасно гордились и который также захотели бы посмотреть толпы людей. Но для достижения этого им необходимо отключить наиболее тонкую чувственную часть своего существа и обратиться к той его части, которая роднит их с родителями и детьми, с юристами с Уолл-стрита, с общественными активистами из маленьких городов, официантами, студентами инженерных факультетов, полицейскими и пацифистами, ребятами, работающими на мойке для автомашин, пожалуй, даже с второклассниками, наркоманами и фанатиками... для этого им нужно обратиться к общечеловеческим чувствам радости и

¹⁶ См.: Кем выгодно работать в США/ KM.RU 15 августа 2006 г. – Режим доступа: <http://www.km.ru/magazin/view.asp?id=876F8DB2FD494322B6689Aafb0fca93f>

¹⁷ Горячева Д. 3D-парад/ Д.Горячева// Газета.Ru. – Режим доступа: pda.gazeta.ru/culture/2010/12/27/a_3479034.shtml

печали, гнева и восторга, потери, боли и любви»¹⁸. Подразумевается, что массовая культура в данном случае представляет собой актуальный компонент современной культуры, создается профессионалами, производится при помощи новейших технологий и обладает потенциальными ценностными смыслами, которые реализуются социумом в качестве конкретного «ценностного инструментария»¹⁹.

3. Отсутствие ярко выраженных национальных и конфессиональных характеристик американской культуры.

Американская массовая культура впитала в себя традиции народов, когда-то по своей воле или против нее переселившихся на территорию североамериканского континента. В процессе тесного исторического сосуществования культурные традиции этих народов претерпели определенные изменения: культуры переплелись между собой, сгладились «острые» углы, обычно мешающие восприятию инокультурных элементов, в результате заимствований возникли новые культурные традиции. Так, Вилл Кымлика писал, что до 1960-х годов от иммигрантов «требовалось расстаться с их отличительным наследием и полностью ассимилироваться в существующие культурные нормы»²⁰. Именно эта «адаптированная» американской нацией культура вполне органично готова встраиваться «родным» элементом в свои прежние материнские культуры, в связи с чем во многих странах сейчас существуют две культуры: аутентичная и параллельная, представленная видами спорта, кинофильмами, телепрограммами и музыкой явно американского происхождения с точки зрения их энергетики и широты охвата аудитории²¹. Это справедливо как для России²², так и других регионов планеты. Не случайно радикально настроенные исламские лидеры, ратующие за сохранение аутентичной культуры в своих странах, в запретах американской культуры иногда доходят до абсурда, видя угрозу заимствования инокультурных традиций даже в показе американских мультфильмов для детей.

Подытоживая разговор о массовой культуре, нельзя не согласиться с исследователями, которые видят важность ее роли в жизни общества в целом, и американского общества, в частности, в том, что массовая культура притягивает к себе массы, не умеющие

¹⁸ Цит. по: Портрет США. – Режим доступа: <http://www.infousa.ru/society/portrait/contents.htm>

¹⁹ См.: Двореченская А. С. Массовая культура и сфера досуга в условиях региона/ А.С. Двореченская: Автореф. дисс ... канд. культурологии : 24.00.01/ Кемер. гос. ун-т культуры и искусств.- Кемерово, 2008.- 25 с.

²⁰ Kymlicka W. Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights/ W.Kymlicka. - N.Y.: Oxford University Press, 1995. — P. 14.

²¹ Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества/ А.В.Костина. — М.: УРСС, 2005. — С.35.

²² Покровский Н.Е. Российское общество в контексте американизации/ Н.Е. Покровский// Социологические исследования. — 2000. — №6. — С. 3-9.

продуктивно использовать свое свободное время²³; создает своего рода семиотическое пространство, которое способствует более тесному взаимодействию между членами высоко технологичного общества²⁴; дает возможность широкой аудитории познакомиться с произведениями традиционной (высокой) культуры²⁵.

Соотношение городской и сельской культуры. Характеризуя культуру США, следует отметить параллельное существование двух пластов культуры: городской и сельской.

Отдых, интересы и развлечения американцев-горожан определяются в основном относительно высоким уровнем жизни, инфраструктурой места проживания, традициями национальных общин. Городские жители крупных мегаполисов и пригородов имеют в своем распоряжении многочисленные театры, музеи, картинные галереи, библиотеки, симфонические оркестры, множество кинотеатров, дискотек, клубов, оздоровительных и спортивных центров. Сегодня практически во всех крупных городах США сложились многочисленные общины по этническому и расовому признаку со своей субкультурой, школами, магазинами, клубами. Однако большая часть населения проживает в средних и небольших городах. Многочисленными массовыми национальными увлечениями американцев являются туризм, парусный и водно-моторный спорт, охота, рыбная ловля, наблюдения за флорой и фауной.

В сельской местности живет 1/4 граждан США, считающих именно себя воплощением "настоящего американского духа". С самого начала американской истории фермеры задавали ритм всей остальной нации. Им никогда не удавалось достичь той степени самодостаточности, которая приписывается им легендами; они всегда продолжали зависеть от превратностей погоды и нестабильности рынка. И тем не менее они показали такую приверженность принципам индивидуализма и равенства, которой восхищалась и которой подражала вся страна²⁶. После 1930-х в Америке вошла в моду ностальгическая, прославляющая фермеров тема. Она нашла отражение в музыкальном стиле кантри, комиксах, рекламе, одежде, кинематографе и многом другом, включая и компьютерные игры²⁷, и специфический вид спортивных состязаний – родео. Родео включает себя несколько видов соревнований: скачки на диком быке, на неоседланной и оседланной лошади, ловля бычка на

²³ Фетисова Т.А. Культура города/ Т.А. Фетисова //Человек: Образ и сущность. М.: ИНИОН РАН, 2000. — С. 91-104.

²⁴ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования/ Д.Белл. Пер. с англ. — М.:Академия,2004. — 788 с.

²⁵ Шестаков В. П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры»/ В. П.Шестаков. — М.: Искусство, 1988. — 224 с.

²⁶ Портрет США. — Режим доступа: <http://www.infousa.ru/society/portrait/contents.htm>

²⁷ Например, стратегии (Victoria, America, Desperados); боевики (Call of Juarez, Dead's Man Hand, Red Dead Revolver, Mad Dog McCree); квесты (Freddy Pharkas, Frontier Pharmacist, Wild West Wendy, Dust: A Tale Of The Wired West, Gold Rush! и многие другие) содержат в своей основе ковбойскую тему.

лассо, заваливание быка, скачки вокруг бочек и др. Ранее в программу родео входили соревнования по вестерн-джигитовке — выступали в них женщины. Непременными атрибутами ковбоя считаются джинсы, ковбойская шляпа, сапоги, жилетка, клетчатая рубашка на кнопках с двойной кокеткой (western yokes), лассо, револьвер (на самом деле реальные ковбои были весьма бедными людьми и не имели возможности купить себе даже дешевенький револьвер, поэтому и стрелками они были незavidными).

Сельские жители считают себя «настоящими американцами», им присущи любовь к природе, увлечение садоводством, склонность к ремеслам и приверженность национальным культурным традициям. Существует даже ковбойское христианское движение, объединенное в Американскую Ассоциацию ковбойских церквей. Весь Средний Запад, запад и юг Америки проникнуты так называемой «сельской культурой», для которой характерен интерес к музыке в стиле «кантри», увлечение фильмами о приключениях ковбоев на Диком Западе.

Именно благодаря эпохе Дикого Запада, с которой неразрывно связан период индейских войн, в США родился жанр вестерна, так ярко нашедший свое воплощение не только в живописи (Чарльз Марион Расселл²⁸, Ричард Принс²⁹) и литературе (романы Джеймса Фенимора Купера³⁰ и Томаса Майна Рида³¹), но и в кинематографе. Во многом благодаря киновестерну эта эпоха в истории США стала ассоциироваться в умах людей не с вечной войной между представителями двух культур, не с временем жестоких обычаев и кровавых, зачастую лишенных всякого драматизма разборок, но, прежде всего, с приключениями, со скачками, погонями, стрельбой и т. п.³² Обычно считается, что ковбой — это всегда белый человек, именно таким он изображен в вестернах, на самом же деле это не так: около 15% всех ковбоев были неграми, и приблизительно столько же среди ковбоев было испаноязычных мексиканцев.

У ковбоев был свой собственный фольклор, включавший своеобразную поэзию, баллады, а также всевозможные легенды и

²⁸ Картины и скульптурные работы знаменитого американского художника Ч. М. Рассела можно найти во многих музеях США, включая Национальный зал славы ковбоев (National Cowboy Hall of Fame).

²⁹ Р. Принс стал известен в 1980-е годы благодаря своим знаменитым сериям — *Cowboys, Jokes and Hoods*, в которых Принс использовал образы из журналов, популярной культуры и бульварного чтива для создания фотографий, скульптуры и картин, которые обращаются к идеям американской идентичности и мира потребления.

³⁰ Перу Дж.Ф.Купера принадлежат романы «Пионеры» (1823); «Последний из могикан» (1826); «Прерия» (1827); «Следопыт» (1840); «Зверобой» (1841), в которых автор изобразил борьбу пришельцев-европейцев с американскими индейцами.

³¹ Среди литературного наследия Т.М.Рида — десятки романов, наиболее известным российскому читателю является «Всадник без головы» (The Headless Horseman; A Strange Tale of Texas (1865)).

³² Нелин Т.В. Эпоха индейских войн в кинематографе США/ Т.В.Нелин. 25.07.2007. — Режим доступа: <http://www.westernfilm.ru/stati/epoha-indeyskih-voyn-kinematografe-ssha.html>

небылицы (например, небылицы о Пекосе Билле)³³, а также свой музыкальный фольклор. Музыка в стиле «кантри», подобно фолк-музыке, восходит к песням, привезенным в США из Англии, Шотландии и Ирландии. Современная музыка «кантри» в виде оригинальных песен на современные темы развилась в двадцатые годы XX века, приблизительно совпав с массовой миграцией жителей сельскохозяйственных районов в крупные города в поисках работы. На ежегодных фестивалях, проводимых в Вирджинии, Северной Каролине и других южных штатах, можно до сих пор услышать первозданную форму кантри, именуемую «олд-тайм» и исполняемую ансамблями струнных инструментов (скрипка, банджо, гитара и контрабас). Как и многие другие формы американской поп-музыки, «кантри» легко ложится на рок-н-рольный бит – отсюда еще один удачный симбиоз в виде «кантри рока». В целом по популярности «кантри» уступает только року, а певец Троял Гарт Брукс³⁴ продал гораздо больше альбомов, чем какой-либо другой исполнитель в истории американской музыки, включая Элвиса Пресли и Майкла Джексона.

Социологическая характеристика современного американского общества. В культурной жизни Америки конца XX – начала XXI века не все так однозначно. По-прежнему массовая культура и телекультура составляют центр культурной жизни страны и детерминируют тенденции коммерциализации, приватизации³⁵ досуга и, к сожалению, как отмечают некоторые специалисты, деинтеллектуализации общества: начиная с 1990-х годов понятие культуры, которое раньше распространялось на серьезную литературу и искусство, значительно сузилось, и к культурной элите США стали причислять кумиров масс — А.Шварценеггера, С.Сталлоне, Мадонну. Однако на рубеже XXI века американские социологи отметили зарождение новых тенденций в обществе, которые уже сегодня начинают менять социокультурную ситуацию в стране.

Источник этих изменений социологи видят в конфликте двух поколений: поколения бума рождаемости — «бэби-бумерс» (те, кому в начале 2000-х было за 40) и поколения спада рождаемости — «бэби-

³³ Пекос Билл – легендарный техасский ковбой, якобы прокопавший устье реки Рио-Гранде и сумевший оседлать торнадо.

³⁴ Т.Г. Брукс — американский исполнитель кантри-музыки, который почти безраздельно царил в Billboard Top 200 в течение 1990-х. По данным Американской ассоциации звукозаписи на 2009 год, Брукс является вторым самым продаваемым исполнителем в истории США. В его активе две премии «Грэмми» и двадцать четыре премии «Billboard Music Award». Любовь американцев к своей кантри-музыке не разделяют не-американцы: например, имя Брукса мало известно за пределами Америки и почти не известно в России.

³⁵ Под термином «приватизация досуга» подразумевается приближение досуговых услуг к потребителю с помощью современных электронных систем: телевидения, персональных компьютеров, сети Интернет и проч. Современному человеку для удовлетворения своих досуговых потребностей совершенно необязательно выходить из дома: поучаствовать в досуговых мероприятиях можно в online-режиме (посмотреть передачу в прямом эфире, пообщаться с друзьями в рамках телеконференции и т.п.).

бастерс» (те, кому в начале 2000-х было от 20 до 35). С точки зрения теории, созданной американскими исследователями Уильямом Штраусом и Нейлом Хоувом³⁶ в 90-х годах XX века, поколения отличаются друг от друга не только возрастом, но и базовыми ценностями, которые заложены в них в период детства, иначе всякое последующее поколение просто по мере взросления перенимало бы ценности своих родителей.

«Бумеров» называли «в честь» бума рождаемости, который наблюдался в послевоенные годы. События и установки, сформировавшие их ценности: покорение космоса, «холодная война», первые пластические операции. В результате появилось поколение с психологией победителей. Среди базовых ценностей этого поколения можно выделить оптимизм, заинтересованность в личностном росте и вознаграждении, в то же время – и коллективизм, и командный дух, и культ молодости³⁷. Их дети – поколение «бэби-бастерс», также известное как 13-е поколение³⁸, относится к поколению родившихся в период с середины 1960-х до конца 1980-х годов. Большинство людей этого поколения, как правило, рассматривается как скептики, одиночки и пессимисты, не доверяющие традиционным ценностям и институтам. Однако, это поколение обладает способностями к предпринимательству, оно технически подковано, многие его представители внесли свой вклад в развитие современных информационных технологий (основатели системы электронной торговли Amazon³⁹, поисковых систем Google⁴⁰ и Yahoo⁴¹, а также Dell⁴², MySpace⁴³, Wikipedia⁴⁴).

³⁶ Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069/ W. Strauss, N. Howe.- N.Y.: William Morrow and Company, Inc., 1991. – 544 p.

³⁷ Малькевич А.А. Возможности использования прикладных аспектов теории поколений в исследовании политической социализации молодежи/ А.А. Малькевич // Аспирантский вестник Поволжья. – 2010. — №1-2. – С.224.

³⁸ Свое название «13-поколение» бастерсы получили, поскольку действительно являются 13-м поколением при существующем флаге США (другая интерпретация этого названия связана с имиджем числа «13». Так, например, в США нет тринадцатых этажей, дорог, квартир и проч.).

³⁹ Проект Джеффри Престона Безоса "электронный универсам" Amazon.com входит в десятку наиболее посещаемых сайтов планеты. А сам основатель уже шесть раз подряд удостоивается чести быть включенным в эксклюзивный список Forbes как один из 500 самых богатых людей мира.

⁴⁰ Сергей Брин (родился в СССР, гражданин США) и Ларри Пейдж (США) – основатели Google, на сегодняшний день, вероятно, самой популярной поисковой системы в мире.

⁴¹ Джерри Янг и Дэвид Фило в начале 1994 года запустили свой совместный проект «Путеводитель Джерри и Дэвида по Всемирной паутине» в интернет, который через некоторое время получил название Yahoo!. Поводом для разработки Yahoo! послужила существовавшая на тот момент проблема отбора и поиска выложенной в сети информации. Однажды Янг, обнаружив в Интернете требуемый ему сайт, воскликнул: «Yahoo», что расшифровывалось следующим образом – «Еще один иерархический неотесанный прорицатель» (Yet Another Hierarchical Official Oracle), а чтобы сделать название более сильным и звучным, к логотипу был добавлен восклицательный знак. Основатели поисковой Интернет системы Yahoo! сегодня входят в число богатейших людей мира.

⁴² Майкл Делл в возрасте 19 лет основал фирму "Dell Computer Corporation" со стартовым капиталом \$1,000, а в 26 лет стал самым молодым в истории США CEO компании, входящей в Fortune 500.

⁴³ MySpace является одной из крупнейших социальных сетей в мире и самой популярной в США. Ресурс был запущен в 2003 году несколькими сотрудниками компании eUniverse, но его первым президентом был человек с хакерским прошлым Том Андерсон, который в 1985 году, когда ему было

Старшее поколение появилось в пору расцвета благосостояния среднего класса и оперилось в 1970-е годы в этой обстановке. Молодое поколение в большинстве случаев выросло в неполных семьях (и это является причиной того, что они достаточно ответственно относятся к созданию собственной семьи и своему здоровью). Молодые обвиняют старших в том, что их безответственное поведение (свободная любовь и сексуальная революция) повлекло появление СПИДа и альтернативных семей; пристрастие к алкоголю и наркотикам привело к размыванию традиционных ценностей, а политическая активность отцов стала причиной снижения общего уровня образования.

Главное, что отличало американскую молодежь конца 1990-х — прагматичность, неидеологичность, техническая подготовленность и активность в действиях, выражающаяся в различных стилях поведения, часто противоположных. Так, например, стиль "яппи"⁴⁵ отличает деловитость, устремленность к материальному благополучию и карьере. Если в 1970-х «бэби-бумеры», мечтавшие переделать общество, стремились попасть в правительство, то «бэби-бастеры» создавали свои собственные организации с тем, чтобы сделать мир лучше для своих будущих детей. Они руководствовались лозунгом «Не говори, а просто делай» и целеустремленно искали пути реализации своих проектов: создавали новые фонды (типа фонда «Делайте дело или уходите» для борьбы с федеральным бюджетным дефицитом), просветительские организации, службы консультаций для подростков, организовывали кампании по сбору инвалидных колясок для передачи в страны третьего мира. Так, студент М.Лорин организовал кампанию «Студенческий обмен по правам человека», цель которой состояла в распространении между американскими и московскими студентами компьютеров, от которых по тем или иным причинам отказались фирмы, для подключения к сети Интернет⁴⁶.

Желание усовершенствовать мир вокруг себя в дальнейшем привело к переориентации жизненных ценностей. Не случайно к 1990-м годам стиль «яппи» начал сходить на нет, уступая место новым ценностям дауншифтеров⁴⁷.

14, стал объектом одного из крупнейших рейдов ФБР за всю историю штата Калифорния. Андерсону удалось войти в компьютерную систему Chase Manhattan Bank.

⁴⁴ Этот успешный проект был запущен в 2001 году американским интернет-предпринимателем, идеологом концепции вики Джимми Уэйлсом и представляет собой бесплатную свободную энциклопедию в режиме on-line. Википедия уже несколько лет удерживает лидерство среди мировых энциклопедий, побив рекорд по количеству статей крупнейшей энциклопедии Юнлэ, продержавшейся на первом месте 600 лет подряд.

⁴⁵ Стиль YUPPIE (Young Urban Professional — молодой городской профессионал) зародился в 1980-е годы как антитеза предшествующим им хиппи (т.е. поколению отцов).

⁴⁶ Мартынова М.Д. Активная жизненная позиция по-американски / М.Д. Мартынова // Студенчество: диалоги о воспитании. — 2003. — № 6. — 21-22.

⁴⁷ Дауншифтинг буквально — это переход на более низкую передачу. В жизни отдельного человека это означает отказ от карьеры ради каких-либо ценностей, например, ради знаний, отдыха, удовольствия, ради детей и близких.

Другой стиль — «грандж» («грязный»), являясь по преимуществу стилем белой молодежи, внешне напоминает безобидных хиппи, однако по сути своей является выражением культуры киберпанков⁴⁸. Суть новой контркультуры — страстное увлечение новейшей техникой, сочетающееся с презрением к традиционному ее использованию. Реальным героем ее выступает студент университета, который в ноябре 1988 года парализовал компьютерным вирусом Морриса (другое название — Internet Worm) сеть Интернет. Вирус заразил более 6000 компьютерных систем в США (включая NASA Research Institute) и практически парализовал их работу. Он неограниченно рассылал свои копии по другим компьютерам сети и, таким образом, полностью забрал под себя ее ресурсы. Общие убытки от вируса Морриса были оценены в 96 миллионов долларов⁴⁹. 23-летний американский программист, создавший «червя», был приговорен к \$10 тыс. штрафа и трем годам испытательного срока.

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ДОСУГА В США

Движение за организацию досуга в США насчитывает свыше 150 лет и берет свое начало из движения помощи бедным — так называемые общественные клубы первоначально устраивались на заброшенных площадках, позднее они стали центрами воспитания и досуга и обеспечили деятельность по организации свободного времени⁵⁰.

Постепенное повышение на протяжении этого времени уровня жизни американских рабочих способствовало увеличению покупательной способности, увеличению количества свободного времени и возвышению потребностей и досуговых интересов. Традиционные формы организации досуга стали дополняться новыми социально-культурными учреждениями: в конце XIX века появились

⁴⁸ «Панк» — бунтарь, хулиган, и, хотя киберпанки дистанцируются от хакеров, между ними много общего. Так, Ллойд Блэнкеншип — автор «Манифеста хакера» ярко и красноречиво обозначает основные ценности своей субкультуры, а именно: безразличие к цвету кожи, национальности и религии, превосходство знаний и нестандартного образа мыслей, безграничная свобода информации, информации для исследования, изучение из любопытства. В Манифесте киберпанков от Кристиана Кирчева практически те же ценности высказаны другими словами: «Мы те самые, Другие. Технологические крысы, плывущие в океане информации. Мы — это скромный школьник, сидящий за последней партой в дальнем углу класса. Мы — это подросток, которого все считают странным. Мы — это студент, взламывающий компьютерные системы и пытающийся достичь предела своих возможностей. Мы — это взрослый человек, сидящий на скамейке в парке с ноутбуком на коленях и программирующий новую виртуальную реальность...Мы видим реальность в ином свете. Мы видим больше, чем обыкновенные люди. Они видят только то, что снаружи. Мы видим то, что внутри. Реалисты со взглядом романтиков — вот кто мы такие.»

⁴⁹ Ильин Ю. Компьютерные вирусы: тридцать лет бесчинств / Ю.Ильин/Компьютерраonline. — 19.10.2010. — Режим доступа: <http://www.computerra.ru/vision/570707/>

⁵⁰ Кротова Ю.Н. Педагогика досуга в англоязычных странах / Ю.Н. Кротова. — СПб.: СПбГАК, 1994. — С.16.

коммерческие аттракционы и разнообразные формы игрового оборудования, чрезвычайно популярным видом развлечений стал цирк (передвижные цирки-шапито демонстрировали свои представления в больших и малых городах различных штатов страны). Последнее десятилетие XIX века стало известно как "век колеса", поскольку увлечение велосипедным спортом охватило представителей практически всех слоев общества.

В это же время активно развивались муниципальные парки — 14 американских городов создали условия для руководства общественным досугом. В парках создавались отдельные площадки, спортивные залы, клубы драматического и танцевального искусства. Организовывались уже не просто мероприятия, а целые развлекательные программы. К 1900-му году концепция «парки для народа» приобрела общенациональный характер, в результате чего каждый муниципалитет стал организовывать общественные программы досуга. Таким образом, американцы получили реальную возможность реализовывать свое право на досуг, который к началу XX века объективно стал важной сферой жизнедеятельности практически любого человека независимо от его социального положения.

Организация досуга в США первой трети XX века характеризуется развитием **тенденций**, которые стали определяющими в дальнейшем в процессе формирования **специфической американской модели социально-культурной деятельности**.

1. Тенденция индивидуализации досуга

В 1930-е годы два американских социолога — Роберт Линд и его жена Хелен Мэррелл Линд — опубликовали исследования, констатирующие изменение сущности американского образа жизни⁵¹, одним из направлений которых были вопросы досугового времяпрепровождения.

Хотя технический прогресс высвободил большее количество свободного времени, который можно было бы затратить на досуг, большинство этого времени проводилось американцами в «пассивном» (или неконструктивном) отдыхе. Прослушивание радиопостановок и посещение кинотеатров стали в первой четверти XX века наиболее популярными видами досуга. К примеру, Х.Линд установила, что:

- а) 70% жителей «среднего города» посещали кинотеатр один раз в неделю, 50% жителей делали это два и более раз;
- б) 80% школьников и 70% школьниц ходили в кино скорее без родителей, чем вместе с ними.

И все это в начале 1920-х годов, когда в России большинство граждан не знали, что такое кинематограф. Хелен Линд делает отсюда

⁵¹ См: Lynd R. S. Middletown: A Study in Contemporary American Culture/ R. S. Lynd, H. M. Lynd. – N. Y.: Harcourt, Brace, and Company, 1929; Lynd R. S. Middletown in Transition: A Study in Cultural Conflicts/ R. S. Lynd, H. M. Lynd. – N.Y.: Harcourt, Brace, and Company, 1937.

вывод не столько о том, что массовое производство и массовое потребление успело захлестнуть Америку (об этом можно догадаться по другим данным), сколько и главным образом о том, что происходит размывание структуры образа жизни средних американцев. На смену коллективному досугу (семейное чтение, загородные прогулки, совместный труд) пришел индивидуализированный досуг.

2.Тенденция дифференцированного досугового обслуживания различных социальных групп американского общества

Инициативу в разработке программ досуга для детей, а также семейного досуга взяла на себя церковь. С ее помощью в начале XX века стали функционировать бесплатные государственные школы, вокруг которых создавались игровые площадки. Однако работа этих площадок не распространялась на выходные, праздничные и каникулярные дни — дети были по-прежнему предоставлены сами себе. Поэтому, начиная с 1910 г., в США стали активно создаваться детские лагеря, получило широкое распространение движение скаутов, общественная ценность которого состояла не только в гармоничном развитии самих детей, но и в том, что они осуществляли специальные программы для бедных, страдающих физическими и умственными недостатками. Создание детских лагерей в дальнейшем послужило развитию туристского движения⁵².

20-е годы XX века в США характеризовались также возникновением общественных центров — комплексных учреждений досуга, представляющих собой сочетание музея, библиотеки, лекционного зала, комнат для любительских занятий школьников. Общественные центры налаживали активные связи со школами — лекции, демонстрации фильмов, учебные экскурсии и предоставление школам своих музейных коллекций, разнообразные курсы и занятия по интересам. С 1930-х годов стали появляться так называемые «парковые школы» — кооперации школ и парков, используемые в том числе как средства массовых развлечений.

С 1917 г. общественные и спортивные мероприятия и программы стали организовываться в военных подразделениях для солдат и матросов. А в 1919 г. было положено начало в решении проблем досуга черного населения США — основывались частные и добровольные ассоциации массовых развлечений⁵³.

Таким образом, к первой четверти XX века сложилась дифференцированная система досугового обслуживания различных социальных групп американского общества, что в дальнейшем

⁵² Новикова И.А. Организация досуга подрастающего поколения в США: традиция и современность : учеб. пособие/ И.А. Новикова. — СПб.: СПГИК, 1991. – 76 с.

⁵³ См.: Титов Б.А. Досуг в США / Б.А. Титов, Н.А. Кострова: Учеб. пособие. — Л.: СПбГИК, 1992. – С. 46.

предопределило развитие как специфических досуговых субкультур, так и своеобразие инфраструктуры индустрии досуга.

В годы второй мировой войны около 12 тыс. офицеров отдела специального обслуживания и приблизительно столько же добровольцев из Армии спасения, Католической общины и других волонтерских обществ занимались организацией досуга военнослужащих и рабочих оборонной промышленности. После окончания войны многие организаторы досуга не оставили свою работу и в гражданской жизни, а спектр досуговых услуг начал расширяться. Так, в 1944 г. Музей современного искусства (Нью-Йорк) в сотрудничестве с Центром искусств ветеранов войны предложил одну из первых в США лечебных программ «арт-терапии» для социальной реабилитации инвалидов средствами культуры и искусства.

1950-е годы для США стали десятилетием «культурного взрыва». Экономическое процветание страны обусловило увеличение досуговых программ и систем организации досуга, существующих за счет налогов, таким образом, значительно расширился государственный сектор. Расширение экономических возможностей способствовало расширению спектра досуговых программ — в них стали учитывать интересы различных групп населения: молодежи, пожилых людей, безработных, инвалидов и ветеранов войны. Среди молодежных программ преобладала их направленность на физическое развитие нации — проведенное в 1954 г. обследование американской молодежи выявило чрезвычайно низкий (по сравнению с их английскими сверстниками) уровень физической подготовленности. Первоочередной задачей стала пропаганда и развитие активного досуга, традиционных и нетрадиционных видов спорта, туризма⁵⁴.

Увеличился интерес к занятию ремеслами в свободное время, чему в немалой степени способствовали широкая доступность отдельного жилья и появление телевидения: телереклама в значительной степени определяла формирование эстетических потребностей целого поколения, для которого обустройство собственного жилья и проблема досуга превратились в первостепенную задачу. Это способствовало расширению сети культурных и художественных центров, музеев.

В этот период проблемы досуга стали приобретать интернациональный характер — широкое распространение получили международные конференции и заграничные поездки организаторов досуга для учебы и обмена опытом. В 1952 г. была организована Международная ассоциация досуга, ее первый конгресс состоялся в Филадельфии. В настоящий момент она имеет свой сайт: www.worldleisure.org/

⁵⁴ См.: Титов Б.А. Досуг в США / Б.А. Титов, Н.А. Кострова: Учеб. пособие. — Л.: СПбГИК, 1992. — С.

3.Тенденция выделения магистральных направлений досуговой деятельности

1960-е годы в истории развития рекреационной сферы США характеризуются наращиванием новых тенденций, отражающих изменения между рабочим временем и временем досуга. Американские социологи (Дж.Кейнс, Дж.Оуэн) определили период 1960-х годов как момент выбора, когда каждый человек сопоставил для себя преимущества увеличения досуга с преимуществом увеличения дохода. В первое послевоенное десятилетие американцы предпочитали доход свободному времени, однако постепенное снижение уровня цен на рекреационном рынке все более смещало акцент в пользу увеличения досуга. Рост свободного времени в США (примерно на 1/3 в послевоенный период), а также перестройка самого фонда свободного времени (его концентрация в конце недели, в отпускные периоды, праздничные дни) послужили стимулом для расширения рекреационной деятельности.

Характерной чертой развития рекреационных отраслей США в 1960-е годы, как отмечает О.В.Терехова, стало дальнейшее расширение спроса на услуги сферы отдыха и усложнение ее материально-технической базы⁵⁵. В середине 1960-х годов рост популярности автомобиля обусловил активное развитие автоотдыха, привел к расширению трейлерных парков и кемпингов, спортивных и рекреационных лагерей. Спрос на загородные виды отдыха привел к тому, что многие семьи брали в аренду или покупали различные средства автоотдыха (пикапы, грузовые кэмперы, дома-прицепы).

Самыми высокими темпами развивалась группа предприятий, предоставляющих возможности для активных самостоятельных занятий спортом. Переориентация населения на активные виды отдыха вызвала бурное строительство в США легкоатлетических комплексов, спортивных залов, игровых площадок, ледовых катков и т.п. Увеличение числа предприятий, предоставляющих услуги для активных видов отдыха, произошло за счет популярности среди различных групп населения игр в теннис, бильярд, гольф, боулинг. Низкая входная плата, относительная простота и доступность спортивного инвентаря и одежды для этих видов спорта создавали условия для широкого привлечения американцев к активному отдыху.

Изменение потребительского спроса в направлении активного проведения досуга привело к некоторому ослаблению интереса к зрелищному и развлекательному отдыху, что выразилось в относительном и абсолютном падении роли спортивно-зрелищных и развлекательных учреждений. Число футбольных, хоккейных, бейсбольных и др. клубов, а также собственно развлекательных

⁵⁵ Терехова О.В. Индустрия досуга в США: Экономическое исследование/ О.В Терехова.-М.: Наука, 1983. -174с.

учреждений (парков отдыха, зоопарков, цирков, карнавалов, ярмарок) резко сократилось. Однако уменьшение числа предприятий отдыха сопровождалось расширением их качества: модернизацией аттракционов, созданием условий для содержательного отдыха детей зоопарками, игровыми площадками и т.д.)

Ослабление интереса американцев в 1960-х годах к развлекательным зонам отдыха (паркам аттракционов) заставило их владельцев искать новые формы привлечения посетителей с учетом интересов и вкусов различных возрастных групп⁵⁶. При сокращении числа парков со стандартным набором развлечений стало увеличиваться число тематических парков отдыха. Новые тематические парки («Диснейленд» во Флориде, «Волшебная гора» в Калифорнии, «Лайон кантри сафари» в Техасе и др.), несмотря на достаточно высокую входную плату, привлекали огромное количество посетителей вследствие особенностей организации праздничных представлений, построенных на большом количестве массовых сцен.

Особая роль в организации досуга населения принадлежала учреждениям культуры: кинотеатрам (в том числе на открытых площадках), хореографическим и балетным школам, художественным и хоровым студиям, театральным коллективам, симфоническим оркестрам. Однако работа оперных, театральных и музыкальных коллективов характеризовалась неустойчивостью из-за недостатка финансовых средств, в то время как киноиндустрия уверенно становилась одной из крупнейших отраслей экономики: фирмы XX Century Fox, Metro-Goldwin-Meyer, Columbia Pictures, Warner Brothers, Universal практически поделили между собой американский рынок. «Борьба за кинорынок, — писал американский экономист Б.Селигмен, — привела к созданию гигантских переплетающихся между собой корпораций, сложная структура которых была аналогична структуре финансовых и автомобильных корпораций»⁵⁷.

1960-е годы в истории США озаменовались также другими поворотными событиями — Америка столкнулась с так называемым «молодежным бунтом». Это было время концертов Элвиса Престли, рок-н-ролла и «сексуальной революции», повлекших возникновение специфических молодежных ценностей и моделей поведения «бэби-бумеров». В результате молодежная культура в целом и культурно-досуговая политика в частности стали рассматриваться как составная часть стратегии всего социального развития. Государственные институты, политические и общественные организации стали обращать повышенное внимание на социально-экономическое положение,

⁵⁶ Griffin Al. Step Right Up, Folks! / Al. Griffin. — Chicago: Henry Regnery Company, 1974. — xii, 257 p.

⁵⁷ Цит. по: McCullough E. World's Fair Midways: An Affectionate Account of American Amusement Areas from the Crystal Palace to the Crystal Ball / E. McCullough. — N.Y.: Exposition, 1966.

политическую и нравственную зрелость молодежи. Стратегическое изменение молодежной политики означало, что речь идет не столько о расходах на конкретные молодежные программы, сколько об инвестициях в молодое поколение в целом.

Таким образом, к 1960-м годам сложились все условия для дальнейшего качественного скачка в развитии индустрии досуга:

с одной стороны, возникло осознание того, что будущее любого общества зависит от уровня культурной среды, от эффективности организации молодежного воспитания, труда и досуга;

с другой стороны, взаимная интеграция рекреационных отраслей достигла чрезвычайно высокой стадии.

Катализатором процессов концентрации в сфере досуга и отдыха послужил научно-технический прогресс: сдвиги в материально-технической базе сферы услуг и расширение спроса создали возможности для усиления влияния крупных фирм, в результате чего переход предприятий сферы обслуживания досуга на новую техническую базу был неразрывно связан с укрупнением масштабов деятельности предприятий, высокой степенью стандартизации и унификации оказываемых потребителю услуг.

Своеобразие производства рекреационных услуг, ориентированное на территориально раздробленный и расчлененный спрос населения на рекреационное обслуживание, обусловило особую форму концентрации в данной сфере — организацию цепей однотипных предприятий. «Цепные компании» оказались более эффективными по сравнению с созданием отдельных крупных предприятий. Именно путем создания цепей предприятий шло расширение бизнеса в гостиничном секторе и киноиндустрии.

К концу 1960-х годов важнейшей формой концентрации в сфере досуга стала диверсификация⁵⁸ деятельности крупных фирм. Так, компания Holidays Inns, известная в области гостиничного бизнеса, к 1972 году уже владела 17 парками отдыха, предприятиями по производству мебели, стройматериалов, растворимого кофе и т.д. В комплекс услуг компании входили прокат машин, автобусные перевозки, частные лечебницы, школа подготовки кадров для гостиничного дела и т.п.

Диверсификация деятельности затронула также кинобизнес США: основная деятельность — создание и прокат фильмов — дополнилась продажей радио-, теле- и музыкальной аппаратуры, работой на телевидении.

⁵⁸ Диверсификация — расширение ассортимента, изменение вида продукции, производимой предприятием, фирмой, освоение новых видов производств с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды. (См.: Современный экономический словарь. — М.: Инфра-М, 1999. — С.83-84).

Кроме того, перспективы расширения спроса и увеличения доходов предприятий по обслуживанию отдыха и досуга привлекли в рекреационную сферу промышленные, транспортные, страховые фирмы и банки, т.е. отрасли, не находящиеся в прямой связи со сферой рекреации. Так, довольно высокая степень вовлеченности в сферу обслуживания досуга нефтеперерабатывающей, химической, резиновой отраслей объяснялась популярностью среди населения всевозможных средств автоотдыха, а текстильной и кожевенной промышленности — потребностями в продукции спортивного и культурно-массового назначения (одежда, обувь и т.п.).

В итоге, к началу 1970-х годов в рамках рекреационной сферы образовались особые межотраслевые рекреационные комплексы (МРК) — по типу агропромышленного, космического или машиностроительного. МРК включали ряд отраслей, ориентированных на создание потребительских благ, предназначенных для какого-либо определенного вида отдыха (иными словами — производство как материальных, так и нематериальных благ).

Важная отличительная черта МРК — тесное взаимодействие крупного и малого бизнеса. В США 80% производственных единиц составляет сфера малого бизнеса. Высокий процент этих предприятий обусловлен тем обстоятельством, что мода на рекреационные услуги и блага переменчива, а мелкие и средние компании имеют преимущества перед мощными конкурентами — они более маневренны и оперативнее реагируют на смену спроса.

Сосуществование крупного и мелкого бизнеса осуществляется на основе контрактных соглашений, так называемых франчайзов (franchise), которые в 1970-е годы превратились в важнейшую форму укрупнения и концентрации в рекреационной отрасли. Суть таких соглашений состоит в том, что крупная фирма заключает франчайз с уже действующими самостоятельными мелкими предприятиями или в ряде случаев создает новые предприятия и приглашает для их эксплуатации операторов⁵⁹. Мелкие и средние предприниматели получают по франчайзам определенную помощь (например, информационное и программное обеспечение, поставки материалов и оборудования). В обмен на эту помощь крупный бизнес получает долю от валовой выручки (6-7%).

Таким образом, успех системы франчайзов в индустрии досуга обусловлен сочетанием финансовой и технической мощи крупной фирмы с гибкостью и маневренностью мелкого предприятия, мастерством, талантливостью и предприимчивостью оператора (профессионального хореографа, певца и т.п.), а самое главное — с его материальной заинтересованностью в результатах деятельности

предприятия. Кроме того, по франчайзам малая форма сохраняет юридическую независимость, самостоятельно решает текущие задачи, в том числе связанные с удовлетворением специфических, индивидуальных рекреационных потребностей клиентов. А ее долгосрочную экономическую стратегию и массовый рекреационный спрос определяют крупные корпорации-патроны. Разрабатывая те или иные стандарты проведения досуга, крупные производители ориентируют потребителя на дорогостоящие товары и услуги рекреационной сферы, играя на тщеславном желании приобщиться к более «высоким» потребительским благам.

Таким образом, развитие индустрии досуга в США учитывало, с одной стороны, социальную значимость проблем отдыха, требования по охране и использованию природы в целях рекреации, а с другой стороны, что вполне естественно — соблюдало экономические интересы монополий рекреационной сферы. Государственные затраты на сферу досуга также были направлены на обеспечение благоприятных условий для функционирования предприятий частных фирм.

Характеристика межотраслевых рекреационных комплексов США. В США индустрия досуга и развлечений очень скоро стала рассматриваться как наиболее важный фактор экспорта после исследований космического пространства. Вовлечение в обслуживание сферы досуга многочисленных отраслей экономики США, которые в своей деятельности все более ориентировались на рекреационный рынок, способствовало формированию и успешному функционированию трех основных МРК:

кино-видео-аудио-телекомплекс,
спортивно-рекреационный комплекс,
туристский комплекс.

Первый МРК объединяет кинематограф, коммерческое телевидение, включая кабельные системы, производство и прокат аудио- и видеозаписей.

Безусловно, первоначальной базой для дальнейшего развития этого МРК послужил кинематограф. Пик посещаемости кинотеатров, отмечавшийся в 1960-е годы, пошел на спад уже в 1970-е годы в виду появления универсального семейного развлечения — телевидения. Появление видео и кабельного телевидения еще больше разделило аудиторию зрителей и слушателей на группы по своим особым интересам и обусловило резкое сокращение продукции киноиндустрии. Для выхода из кризисного состояния американские киномонополии за последние 50 лет вынуждены были не раз пересматривать свою стратегию и тактику в завоевании и удержании потребителей:

были перепробованы различные жанры

Так, в 1970-е годы был осуществлен переход от создания дорогостоящих боевиков к более дешевым мелодрамам, а в 1990-е годы

их заменила историческая тематика, представленная как высококлассными фильмами («Спасти рядового Райана» Стивена Спилберга, «Тонкая красная линия» Терренса Малика, чуть позднее – «Падение «Чёрного ястреба» Ридли Скотта, «Мы были солдатами» Рэндалла Уоллеса и др.), так и киноширпотребом. Таким образом, то, что в семидесятые годы зародилось в качестве новой тенденции, превратилось на рубеже XX–XXI веков в популярный жанр американской индустрии развлечений. Эксплуатируя чисто американскую слабость к героям-одиночкам, Голливуд производил драмы и документальные фильмы, портретирующие Джона Кеннеди, Элвиса Пресли или Мао Цзэ-дуна. Популярен и такой прием, как подача исторических событий с точки зрения отдельных личностей. При этом, как отмечала швейцарская газета «Нойе цюрхер цайтунг», исторический процесс опять-таки сводится к персональным деяниям, а социальный фактор выносится за скобки⁶⁰.

увеличивалось количество фильмов в прокате, что позволяло увеличить доход за счет разнообразия афиш;

задействовались методы ценовой (например, входная плата в 1 доллар в те дни, когда посещаемость самая низкая — по понедельникам и вторникам)

задействовались методы неценовой конкуренции (качество продукта, привлечение известных актеров и режиссеров для создания кинофильмов, широкая реклама⁶¹);

использовался географический фактор — строительство кинотеатров в зонах туристского паломничества (например, 1/3 кинотеатров США расположены в 5 штатах — Нью-Йорке, Огайо, Флориде, Техасе и Калифорнии);

создавались заманчивые типы кинотеатров:

1) кинотеатры на открытом воздухе, где фильм можно смотреть, не выходя из автомобиля (можно сказать, что это детище американской культуры слабо приживается вне самих Штатов – кинотеатр «Фара», несколько лет назад открытый в Санкт-Петербурге, оказался нерентабельным по причине низкой посещаемости);

2) кинотеатры в торговых центрах⁶²;

3) мини-кинотеатры (обычно к ним относят залы на 100-300 мест, но встречаются и залы с меньшим количеством посадочных мест –

⁶⁰ Neue Zürcher Zeitung, 23.10.1998. — Режим доступа: <http://www.nzz.ch/>

⁶¹ Так, например, подавляющее большинство источников оценивает производственные расходы на съемки «Аватара» в сумму 230-250 миллионов долларов, отмечая при этом, что раскрутка фильма или «маркетинговые расходы» составили порядка 150 миллионов.

⁶² См.: Монастырская М.В. Влияние инновационных технологий культурно-досуговой деятельности в условиях торгово-развлекательных центров комплексного типа на досуг населения : автореф. дис. ... канд. пед. наук / Монастырская М.В. — М., 2007. — 24 с.

всего несколько десятков⁶³). Как правило, все они характеризуются повышенной комфортностью и автоматизированным комплексом обслуживания (продажа билетов, контроль, показ);

4) наконец, многозальные кинотеатры, или мультиплексы, о которых подробнее будет сказано в следующем разделе учебного пособия.

Кроме того, два важных фактора способствовали созданию рынка для экспорта американской продукции.

Один из них — язык и культура. Задолго до появления многоканального телевидения американские фильмы занимали господствующее положение в мировом кино. В 1950-60-е годы с ними еще конкурировали европейские фильмы. Но к 1970-м годам наступил закат европейского кино. В США затраты на производство художественного фильма в среднем составляют 12,3 млн. долларов, в Германии и Испании средний фильм обходится в 5,44 млн долларов, во Франции — в 6,8 миллиона⁶⁴. Американская культура — культура богатой страны мира — имеет всеобщую привлекательность. К тому же английский язык благодаря британской колонизации в сочетании с американским меркантилизмом стал всеобщим языком. Все это дало американской индустрии развлекательных программ такие преимущества, которые, скажем, Японии или Германии нелегко преодолеть.

Второй фактор — это преимущества, связанные с громадными размерами внутреннего американского рынка. Согласно данным Джона Фитиана⁶⁵, к концу 2002 года в США было 6134 кинотеатра с общим числом киноэкранов 35592, в Швеции — порядка 875 кинотеатров с 1200 кинозалами, а общее количество современных кинотеатров в России на первое полугодие 2005 года составило всего 469 кинотеатров (832 кинозала).

Второй МРК — спортивно-рекреационный — сформировался на волне переориентации населения США в пользу активного проведения досуга, вызванной изменениями характера труда в условиях быстрого развития научно-технического прогресса 1960-70-х годов: сокращение физического труда при одновременном увеличении нервных нагрузок, а также увеличение бюджета свободного времени за счет увеличения доли выходного и праздничного времени (т.е. возможность более

⁶³ Так, самый маленький кинотеатр в мире находится в городке Радебейль (Германия), точнее — не в самом местечке с 32-тысячным населением, а на железно-дорожной станции Радебейль-Вест. Зал рассчитан всего на 9 мест. По данным книги рекордов Гиннеса, это самый маленький кинотеатр, в котором осуществляется коммерческий прокат фильмов. До сих пор пальма первенства принадлежала одному из кинотеатров в британском Ноттингеме: там установлено 21 кресло.

⁶⁴ Львова Т. Черная касса/ Т. Львова// Версия, 06.10.2010 [Текст]. — Режим доступа: http://versia.ru/articles/2010/oct/06/rossiyskaya_kinoindustria

⁶⁵ Джон Фитиан — президент Национальной Ассоциации Владелец Кинотеатров (National Association of Theater Owners (NATO)), крупнейшей в мире организации в отрасли, имеющей более 26000 киноэкранов во всех 50 штатах Америки и в более чем 20 странах по всему миру.

насыщенного использования времени для отдыха и досуга). И, хотя многие виды активного отдыха в США имеют более чем 100-летнюю историю (бейсбол распространился в 1850-е, футбол и теннис — в 1870-е, баскетбол — в 1890-е годы), тенденция роста потребительского спроса в направлении активного проведения досуга в 60-70-е годы XX века привела к необычайно активному развитию трех основных секторов спортивно-рекреационного МРК: спортивно-рекреационных товаров, учреждений любительского спорта и учреждений профессионального спорта.

Сектор спортивно-рекреационных товаров

Рекреационный спрос порождает разнообразный промежуточный спрос, в частности — на специальные виды оборудования для предприятий по обслуживанию досуга, на всевозможные товары для отдыха и спорта: для занятий водно-моторным спортом (водные лыжи, спасательные пояса, буксирные тросы и пр.), для зимних видов отдыха (спортивный инвентарь для бобслея, хоккея, тобоггана⁶⁶); для занятий подводным плаванием (снаряжение для ориентирования, фотосъемки, охоты); а также потребность во всевозможных транспортных средствах, предназначенных исключительно для активного отдыха — мотосаней, болотоходов, дюноходов, лодок, катеров, яхт, средств автоотдыха и т.д.

Производители спортивно-рекреационных товаров, заинтересованные в сохранении и расширении рынков сбыта, быстро реагировали на изменение рекреационного спроса, улавливая намечающиеся тенденции к переориентации на новые виды спорта, популярность того или иного вида спорта, моду на соответствующие спортивные товары. В середине 1960-х годов, например, в США был сконструирован снерфер⁶⁷ и, поскольку с помощью рекламы быстро сформировался рынок, началось его промышленное изготовление⁶⁸.

Сектор учреждений любительского спорта

Здесь входят спортивные секции, плавательные бассейны, спортивно-оздоровительные комплексы, ледовые и роликовые катки и т.п. Важной формой оказания услуг спортивного типа в различных их комбинациях стали спортивные комплексы, включающие наряду с легкоатлетическими залами плавательные бассейны со специальным оборудованием для прыжков в воду, теннисные корты, бильярдные салоны, кегельбаны. Подобные крытые комплексы универсального

⁶⁶ Тобогган — слово алгонкинского происхождения, так называются бесполозные сани, распространённые среди индейцев Канады. Состоят из досок длиной 3—4 м и шириной 30—40 см, скрепленных несколькими поперечинами и ремнями из оленьей кожи. Тобогган используется как физкультурно-спортивный инвентарь.

⁶⁷ «Снерфер» в 1965 году придумывает Шерман Поппен для своей дочери Венди, соединив вместе две лыжи, а в 1970-м году Дмитрий Милович, вдохновленный катанием на подносах из местного кафе, начинает разработку сноубордов, основываясь на снерфовом дизайне. Джек Бертон Карпентер создает в 1977 году компанию Burton™ по производству сноубордов, аксессуаров и специального снаряжения, которая и сегодня является лидером отрасли.

⁶⁸ Терехова О.В. Индустрия досуга в США/ О.В.Терехова. — М.:Наука,1983.- С.126.

назначения оказались чрезвычайно популярными среди населения и высокорентабельными, поскольку основным принципом эксплуатации подобных предприятий стал принцип их полной загрузки: в дневное время они предоставлены в распоряжение детских и школьных групп, вечером — молодежи и взрослому населению.

Следует сказать, что в США термин «массовый спорт» не употребляется, существует определение «спорт для всех». Также не употребляется термин «физическая культура», в обиходе используются выражения «фитнесс» (физическая пригодность) или «физикл рекриэйшн» (физическое оздоровление, отдых). В то же время довольно часто в этом смысле употребляется и слово «спорт». Причем к спорту высших достижений, который американцы называют элитарным, а иногда корпоративным спортом, они относят только верхний эшелон спортсменов: в вузах — студентов, получающих спортивные стипендии, в других организациях — спортсменов, входящих в сборные команды, а также профессиональный спорт.

Сектор учреждений профессионального спорта. Сюда относятся профессиональные спортивные клубы, стадионы, гоночные треки, а также учреждения азартных игр, привлекающие население к участию в различных тотализаторах — скачках, собачьих бегах и т.п.

Третий МРК — туристский.

Активный отдых на открытом воздухе стал в 1960-70-х годах основным способом проведения выходного, праздничного и отпускного времени для американцев. Изменение образа жизни, возрастание потребностей в такого рода отдыхе и реальные возможности для его осуществления дали повод американским социологам рассматривать туризм как выражение сущности американского характера, сугубо «национальную черту» американского народа⁶⁹. Туризм стал важным элементом общественного статуса американца, характеристикой его личности.

Важнейшим фактором развития туризма стали размеры территории США, точнее — разнообразие природных условий и наличие огромного рекреационного земельного фонда⁷⁰, способствующих развитию внутреннего туризма. Росту популярности туризма в его разнообразных формах способствовало расширение и постоянное обновление услуг гостиничного сектора (отелей, moteлей, туристских баз, трейлерных парков, кемпингов, спортивных и рекреационных

⁶⁹ См.: Pierson G.W. The Moving American/ G.W.Pierson. — N.Y., 1973. — 290 p.; Edgell D. L. Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future/ D.L. Edgell. — Binghamton, NY: The Haworth Press, 2006 -144 p.; Harris R. Sustainable Tourism: A Global Perspective/ R. Harris, T.Griffin, P.Williams. — Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002. — 311 p.

⁷⁰ Под рекреационным фондом понимается комплекс природных условий, потенциально пригодных или используемых для организаций загородного отдыха: территории с живописными ландшафтами, участки дикой природы и территории с уникальными природными памятниками.

лагерей), улучшение качества обслуживания, расширение ассортимента товаров для туристов (станковые рюкзаки со сменой одежды и комбинированными инструментами, нейлоновые походные палатки весом около 4,5 кг, пуховые спальные мешки весом 1-2 кг, порошковые и сушеные продукты, каталитические обогреватели и спиртовки, карманные грелки и т.п.). Кроме того, фирмы-производители уделяли внимание постоянному совершенствованию продукции при одновременном снижении цен: так, миниавтомобиль компании "Winnebago Industries", оборудованный кухней с бытовыми приборами, душем, биотуалетом, отоплением и кондиционером, стоил вдвое дешевле стандартных моделей, а минисамолет весом 60 кг, развивавший скорость до 145 км/ч, стоил в 2 раза дешевле малолитражного автомобиля⁷¹.

Таким образом, расширение масштабов туристской индустрии привело к выделению ее в качестве специфического комплекса в структуре рекреационной сферы. Причем туристский МРК отличается наибольшей интеграцией рекреационных и нерекреационных отраслей:

рекреационные отрасли — бюро путешествий, гостинично-туристские предприятия (мотели, лагеря, плавбазы, курорты и др.), специализированные базы отдыха, спорта и развлечений (пляжи, катки, аттракционы, игровые центры, развлекательно-тематические парки), культурно-бытовые центры досуга и развлечений (рестораны, бары, кафе, варьете, кабаре, казино, дансинги, найт-клубы и др.), издательства литературы для туристов, учреждения культуры (музеи, театры) и проч.

нерекреационные отрасли, которые по роду своей деятельности прямо или косвенно участвуют в обслуживании туристов (пассажирский транспорт, кредитно-финансовые и др. учреждения).

4.Ориентация на здоровый образ жизни

После второй мировой войны высокий уровень благополучия американцев спровоцировал изменение их образа жизни: возможность покупки средней американской семьей стиральной машины, пылесоса, автомобиля привела к малоподвижности, а распространение фастфуда – к развивающемуся ожирению. Возникла парадоксальная ситуация: чем лучше становилась жизнь в материальном плане — тем хуже она была в физическом. Подсчитав потери от болезней, когда работники не могут исполнять свой трудовой долг — а это были десятки миллиардов долларов ежегодно, — правительство начало решительную борьбу за жизнь и здоровье своих подданных. В 1956 году в США был создан Президентский совет по фитнесу, спорту и питанию (PCFSN), председателями которого в разные годы были Арнольд Шварценеггер, Флоренс Гриффит-Джойнер, Ли Хейни⁷². В состав совета входят 20

⁷¹ Терехова О.В. Индустрия досуга в США/ О.В Терехова. — М.:Наука,1983. — С.128.

⁷² Арнольд Алонс Шварценеггер – обладатель ряда премий по бодибилдингу, в том числе семикратный обладатель титула Мистер Олимпия (самое значимое международное соревнование по

выдающихся граждан страны: от знаменитых спортсменов до известных ученых. Свою миссию Президентский совет видит в привлечении, просвещении и расширении прав и возможностей всех американцев на протяжении всей их жизни вести здоровый образ жизни, который включает в себя регулярную физическую активность и хорошее питание⁷³. Совет играет ключевую роль в развитии программных приоритетов госадминистрации, пропаганды и усилий по улучшению здоровья и качества жизни для всех американцев. Среди задач Совета:

Расширение национального интереса и осведомленности о преимуществах регулярной физической активности, фитнеса, участия в спорте, правильного питания;

Стимулирование и координация программ среди предприятий частного и государственного секторов, чья работа направлена на обеспечение физической активности, фитнеса, участия в спорте, правильного питания;

Обеспечение доступной и качественной информации и руководства в отношении физической активности, фитнеса, участия в спорте, правильного питания.

Наметившаяся к 1960-м годам тенденция — ослабление интереса к спортивно-зрелищному отдыху за счет приоритета активного спорта — сохраняется в США и по сей день. По всей стране создана мощная сеть фитнес-центров, самые популярные политики и спортсмены своим примером убеждают, что лучше быть богатым и здоровым, чем бедным и больным. Таким образом в Америке зародилась ориентация на культ здоровья.

Под здоровым образом жизни понимается образ жизни отдельного человека с целью профилактики болезней и укрепления здоровья. Как правило, формирование здорового образа жизни осуществляется благодаря поступающей извне информации, через коррекцию образа жизни благодаря обратной связи, анализу собственных ощущений. Формирование здорового образа жизни представляет собой исключительно длительный процесс и может продолжаться всю жизнь. Обратная связь от наступающих в организме изменений наступает не сразу, иногда этого ожидают годами. Вот почему часто люди «пробуют» лишь переход, но, не получив быстрого результата, возвращаются к прежнему образу жизни. Это не удивительно, так как здоровый образ жизни предполагает отказ от многих ставших привычными приятных условий жизнедеятельности (переедание, комфорт, алкоголь, курение и др.) и, наоборот, — постоянные и регулярные тяжелые для

культуризму, проводимое под эгидой Международной федерации бодибилдеров). Флоренс Гриффит-Джойнер — американская легкоатлетка, трёхкратная олимпийская чемпионка, чемпионка и рекордсменка мира. Ли Хейни — один из выдающихся культуристов в истории бодибилдинга, завоевал титул Мистер Олимпия восемь раз подряд.

⁷³ Режим доступа: <http://www.fitness.gov/>

неадаптированного к ним человека нагрузки и строгую регламентацию образа жизни. В первый период перехода к здоровому образу жизни, когда человек постоянно испытывает дефицит знаний, особенно важно поддержать человека в его стремлении, обеспечить его необходимыми консультациями, указывать на положительные изменения в состоянии его здоровья, в функциональных показателях, исправлять ошибки, поддерживая тем самым мотивацию. На этом построена работа всех спортивных учреждений коммерческого сектора, при этом постоянно придумываются все новые и новые оздоровительные направления. Так, в 1982 году Джейн Фонда запатентовала своё изобретение – аэробику⁷⁴, в 1983 году американец Марк Мастров создал систему «24 часа фитнеса», идеологической основой которой была доступность во всех смыслах этого слова: от ценовой политики залов до режима их работы⁷⁵. Работа Мастрова положительно воздействовала на умы американцев, доказав необходимость постоянно заниматься своим телом, а фитнес наконец обрел большую популярность как среди преуспевающих бизнесменов, так и простых рабочих.

В середине 1980-х годов около 1000 промышленных фирм и корпораций ежегодно расходовали на оздоровительные и спортивные программы более 2 млрд. долл. В стране было создано около 15 тыс. компаний «Спорт и здоровье», в которых регулярно занимались оздоровительным спортом 10,5 млн. человек. Ежегодно увеличивалось число инвалидов, занимающихся различными видами физических упражнений.

За последние десятилетия спектр предложений еще более расширился: только аэробики насчитываются десятки видов⁷⁶, а еще есть шейпинг⁷⁷, бодибилдинг, калланетика⁷⁸.

Особое место в оздоровительной деятельности населения занимают Центры здоровья, которые оснащены компьютерной техникой и современным оборудованием. Что важно – эти центры

⁷⁴ Аэробика – гимнастика под ритмическую музыку, используемая в профилактических и лечебно-оздоровительных целях для поддержания в тонусе мышц и кожи. Для пропаганды аэробики Д.Фонда выпустила специальную книгу «Джейн Фонда. Упражнения» и простые инструкции к ней, записанные на видеокассетах, а затем организовала сеть спортивных залов по всей Америке.

⁷⁵ Клубы Марка Мастрова работают круглые сутки, круглый год, закрываются только на День Благодарения и на один день в Рождество.

⁷⁶ Например, слайд-аэробика (основной элемент – скольжение по специальной доске), степ (вверх-вниз по лестнице), памп-аэробика (под музыку со штангой), фит-бол (аэробика на мячах), йога-аэробика, тай-бо (с использованием техники восточных единоборств), тай-кик (тай-бо плюс скакалка), аквааэробика и так далее.

⁷⁷ Шейпинг – система физических упражнений, массажа и диеты для достижения приближенной к идеалу формы тела. В отличие от аэробики, которая направлена на повышение общего тонуса жизни, шейпинг направлен на коррекцию проблемных зон фигуры.

⁷⁸ Калланетика – это комплекс гимнастических упражнений, разработанный американкой Калан Пикней, представляющий систему комплексных статических упражнений, направленных на сокращение и растяжение мышц. Считается, что один час занятий калланетикой сопоставим с нагрузкой, равной семи часам классического шейпинга или 24 часам аэробики.

вполне по карману и студенту, и пенсионеру, и инвалиду⁷⁹. Для мотивирования посетителей (а также для повышения своей конкурентоспособности⁸⁰) центры предлагают гибкую систему скидок (например, семейные абонементы намного дешевле, чем индивидуальные), а также новые услуги: специализированные женские залы (в них предпочитают заниматься женщины мусульманского вероисповедания), детские комнаты: для детей до 4 лет и от 4 до 10 (в США детей до 10 лет нельзя оставлять без присмотра), видеоэкраны, на которые может проецироваться как телепередача (можно, надев наушники, заниматься спортом, не пропустив свой любимый сериал), так и специальные программы (например, сидя на велотренажере, обозревать различные природные пейзажи на экране-симуляторе, при этом нагрузка на педали велотренажера взаимосвязана с пейзажем: едете в гору – приходится сильнее жать на педали).

Сегодня в США открыто более 17 тысяч фитнес-клубов, в которых активно занимаются 33 миллиона американцев, что составляет приблизительно 11 % населения. Кроме фитнес-клубов, при каждом крупном апартмент-комплексе (примерно на 300-800 квартир) для проживающих в них непременно есть небольшой тренажерный зал и открытый бассейн, а зачастую и джакузи под открытым небом, но с горячей водой. Открытые плавательные бассейны и спортивные площадки есть и в каждой «деревне» (village) или поселке, которые, собственно, и составляют город.

Помимо демократичных клубов «для всех», в стране существует целый ряд «статусных» видов спорта — гольф, теннис, фехтование, конный спорт, парусный спорт, фигурное катание, хоккей и др., занятия которыми, помимо желания и свободного времени, требуют определенного социального положения и уровня доходов.

Проведенные в США исследования показывают, что каждый доллар, вложенный в привлечение работников компании к программам физической активности, приносит до 3,43 доллара экономии за счет снижения расходов на медицинское обслуживание и оплату больничных листов. Johnson & Johnson, Xerox, General Motors — это лишь небольшая часть компаний, которые в обязательном порядке включают в график рабочего времени занятия фитнесом.

Тем не менее, в России сложилось стойкое убеждение в том, что американцы – нация, менее всего приверженная здоровому образу

⁷⁹ Так, например, стоимость месячного абонемента на двоих в «24 часа фитнес» (это самые дешевые фитнес-клубы) примерно равна 2-часовому заработку медсестры или служащего среднего звена.

⁸⁰ Конкуренция действительно высока, например, в Хьюстоне, который по числу жителей в 2 раза меньше Санкт-Петербурга, работают порядка 15 сетей фитнес-клубов, из которых самые крупные сети – «24 hour fitness», «La fitness», «Bally total fitness», «Champions fitness center», «Lafetimefitness» и «YMCA». Это — не считая специализированных спортивных школ и клубов типа «Карате», «Таэквандо» и т.д.

жизни. Это – расхожее заблуждение, базирующееся на стереотипном восприятии американцев как нации фастфуда, попкорна и автомобилефилии. Несмотря на противоречивый характер отзывов о роли физических упражнений в укреплении здоровья американцев, на взгляд П.Виноградова⁸¹, довольно трудно найти в мире другую нацию, так любящую спорт. Наверное, вполне можно поверить данным опроса журнала «Спортс иллюстрейтед», согласно которому 74% американцев активно или пассивно (как зрители) связаны со спортом. По данным другого опроса, 54% американцев ежедневно слушают спортивные новости по радио и телевидению, 39% — читают их в газетах, 17% — смотрят спортивные телепередачи. Кроме того, СМИ, кинематограф и другие инструменты формирования общественного мнения постоянно напоминают о необходимости поддержания хорошей физической формы, правильного питания и образа жизни. Так, актриса и дизайнер Гвинет Пэлтроу, одна из самых элегантных женщин планеты по версии журнала People, проводит фотосессию в тренажерном зале. Она же вместе с десятком других кино-звезд продвигает органические продукты. А грандиозная акция встречи нового 2011 года в Нью-Йорке (знаменитый подсвеченный хрустальный шар, который ровно в полночь опускается на площадь Таймс Сквер) обеспечивалась за счет энергии людей, которые в течение последних недель 2010 года накручивали педали специальных тренажеров, превращая свои усилия в электричество, скапливающееся в спецаккумуляторах. Таким образом власти Нью-Йорка пропагандировали среди населения здоровый образ жизни, ценности фитнеса и одновременно удешевляли новогодние мероприятия. Акция имела большой успех, и теперь владельцы фитнес-клубов подумывают об установке в залах такого же оборудования для использования вырабатываемой клиентами энергии на нужды помещения, а производители – о выпуске таких тренажеров для домашнего использования.

В пользу ориентации американцев на здоровый образ жизни говорит и статистика: если в 1960 г. средняя продолжительность жизни американцев составляла 65 лет, в 1970-м – 70,8 лет, то в 2008 году она выросла до 74,8 года⁸². И вряд ли эти показатели можно объяснить лишь прогрессом медицины в США.

⁸¹ Виноградов П. Кто в США занимается спортом и фитнесом?/ П. Виноградов // Черная пантера. 02.06.2009. – Режим доступа: <http://www.blackpantera.ru/content/news/20348/>

⁸² Для сравнения: в России в 1970 году средняя продолжительность жизни составляла 68,7 лет, в 2008 году — 67,8 лет. Источник данных: Всемирный банк: Показатели мирового развития. – Режим доступа: http://data.worldbank.org/russian?cid=GPDru_WDI

1.2. БРАЗИЛИЯ

Бразилия составляет почти половину территории Южной Америки и граничит со всеми южноамериканскими странами, кроме Чили и Эквадора. Бразилия — пятая по величине страна мира, она разделена на 26 штатов, каждый штат разделен на 5 округов. Каждый округ имеет свои ярко выраженные социальные, культурные и географические характеристики, благодаря чему культура мозаична и разнообразна.

Специфика этнокультурной и социокультурной ситуации Бразилии определяется рядом факторов:

1. Ориентация на мультикультурность. Культура Бразилии создавалась и по сей день формируется благодаря смеси разнообразных соседних народов и культур, которые сыграли немаловажную роль в формировании бразильской нации, этно-расовый состав которой составляют по переписи 2000 года: белые 53,7 %, мулаты 38,5 %, негры 6,2 %, другие (в том числе японцы, арабы, индейцы и пр.) 1,6 %.

Держит верх влияния португальское начало – речь бразильцев пошла от видоизмененного португальского, основной верой является католицизм (также доминирует у португальцев), широкий круг обычаев походит от первых поселенцев — колонизаторов. Так же как в США, на национальную культуру повлияли традиции африканцев и индейцев. Так, африканская культура просматривается в большей мере на Бразильских побережьях, начиная с Рио-де-Жанейро. Африканское влияние заметно в бразильской популярной музыке самба. В современной бразильской музыке сочетаются ритмы самбы и североамериканских и британских популярных песен. Африканские рабы, завезённые в Бразилию в XVII веке для работы на сахарных плантациях, привезли с собой пальмовое масло, кокос, сушеные креветки, плантейн, бамию и оригинальные африканские рецепты, которые легли в основу бразильской гастрономической культуры.

Амазония находится под самым крупным влиянием индейской культуры, наиболее распространенным является язык тупи-гуарани: в XVI веке священники-миссионеры перевели на этот язык катехизис и пользовались им для того, чтобы вести свою деятельность на Севере Бразилии. Кулинарные традиции американских индейцев, первоначальных жителей континента, наблюдаются в обычаях приготовления продуктов, характерных для Южной Америки, а архитектура и пластическое искусство Бразилии, смешавшись с индейскими мотивами и тропическими темами, стали признаны во всем мире благодаря неповторимому индивидуальному стилю.

Золотая лихорадка, а также резиновый и кофейный бум, характерные для исторического пути Бразилии, способствовали притоку иммигрантов из Италии, Германии, Китая и Японии и, соответственно, их культурных традиций. Сплав европейских,

африканских и индейских культурных традиций способствовал разработке бразильским социологом и антропологом Ж.Фрейри ди Мелу в 1950-60-е годы концепции афро-лузо-бразильской солидарности⁸³. Это доктрина, определяющая в качестве одного из важных направлений внешней политики Бразилии проникновение в страны тропической Африки (входившие в колониальную империю Португалии) путём использования своих традиционных связей с Португалией⁸⁴. Согласно теории лузо-тропикализма, португальские колонизаторы, европеизируя тропические страны, в том числе и Бразилию, «гармонично и мирно» интегрировались с ними и сами подверглись «тропикализации». Это, по мнению Фрейри ди Мелу, способствовало мулатизации населения Бразилии и уничтожению социальных, расовых и религиозных предрассудков. Распространяя основные положения своей теории и на современный период, Фрейри ди Мелу сделал вывод, что аналогичные процессы характерны и для африканских колоний Португалии в середине XX в. В 1960-е годы он выступил с доктриной «тропикологии», согласно которой Бразилии отводится особая роль не только в системе межамериканских отношений, но и на мировой арене в целом. По мнению автора, смешение португальцев (выходцев из Лузитании) и бразильских аборигенов дает особую более талантливую и способную нацию.

Движение тропикалистов, которое подчеркивало необходимость преобразования любого иностранного влияния в национальный продукт, в 1960-е годы оказало сильное влияние на музыку, театр и художественную жизнь в Бразилии. К примеру, самый наглядный фильм тропикалистского направления — «*Macunaíma*» Жоакима Педру ди Андради — представляет собой метафорический анализ бразильского характера, который вырисовывается из рассказа индейца, покинувшего амазонские леса и отправившегося в большой город.

2. Соотношение городской и сельской культуры. 15 городов Бразилии, а это 32 % всего населения страны, имеют статус городов-миллионников; самый крупный из них — Сан-Пауло, насчитывает почти 11 млн. Городское население в целом составляет 86 % (на 2008 год). Благодаря высокому уровню урбанизации в Бразилии образовались два пласта культуры — городская и сельская.

Сельская культура представлена в основном сохранившимися традициями колониального прошлого и эническим своеобразием в кухне, музыке, танцевальном искусстве, а также традициями досугового времяпрепровождения, свойственными населенным пунктам со слаборазвитой инфраструктурой: телесмотрение, дружеское общение.

⁸³ Freyre G. Em torno de um novo conceito de tropicalismo. - Режим доступа: <http://www.prossiga.bvgf.fgf.org.br>.

⁸⁴ Лузо — от латинского Lusitania, древнее название территории современной Португалии.

Городская культура тяготеет к унификации и отстройке от изначальной португальской культуры. В период конца XIX – начала XX веков на внешнем облике бразильских городов начало сказываться влияние передовых европейских архитекторов, прежде всего Корбюзье. Так возникла столица, город Бразилиа, где воображению архитекторов Лусиу Коста и Оскару Нимейеру была дана полная свобода. Эти проекты стали первыми вехами новой массовой архитектуры.

Л. Коста спроектировал свой город в форме гигантского креста: две перекрещивающиеся широкие улицы составляют основу планировки (дугообразная главная магистраль и прямая, как стрела, улица, на которой расположены все важнейшие здания столицы, построенные по проектам О.Нимейера). Все основные правительственные здания: Национальный конгресс, Дворец правительства, Верховный суд находятся в административном центре города, на площади Трех властей. Кафедральный собор Бразилиа О.Нимейера является признанным шедевром. Основной принцип новой бразильской архитектуры – создать гармоничную, удобную для проживания и красивую внешне окружающую среду. Особая роль при этом отводится пейзажу, окружающему здания, ставится задача уравновесить жесткость фасадов из бетона нежностью и легкостью зелени скверов и парков. Контуры архитектурных шедевров проектируются так, чтобы они наиболее выигрышно вырисовывались на фоне тропического неба.

Новая архитектурная среда наиболее приспособлена к типичному городскому образу жизни: развитая досуговая инфраструктура способна обеспечить многообразие моделей проведения досуга.

3. Ориентация на активные формы досуговой деятельности. Население Бразилии — свыше 200 миллионов (на 2010 год), при этом 70% населения — в возрасте до 30 лет, поэтому среди досуговых форм преобладают спортивно-оздоровительные и рекреативно-развлекательные.

Самым популярным видом спорта в Бразилии является футбол и его разновидности: мини-футбол, пляжный футбол. Увлечение этим видом спорта населением страны так или иначе связано с успехами сборной Бразилии, которая чаще всех других становилась чемпионом мира. В 2014 году в Бразилии пройдет Чемпионат мира по футболу. В связи со особенностями климата в Бразилии также популярен волейбол и другие летние виды спорта. Зимние виды развиты слабо в связи с климатическими условиями.

Самым «бразильским» видом спорта для жителей страны является уже на протяжении нескольких столетий малознакомый европейцам вид национальной борьбы — капоэйра. Капоэйра зародилась в Черной Африке ещё в XIII-XIV веках как вид народного искусства, который представлял собой церемониальный негритянский танец с исполнением

имитирующих ударов по врагу пятками ног. Позднее, когда на Американский континент из Африки стали прибывать рабы, капозйра была завезена в Бразилию как самооборона темнокожих рабов от надсмотрщиков. Поскольку руки рабов нередко были скованы, большинство ударов в капозйре наносится ногами. Много ударов делается с опорой на одну или две руки, чтобы максимально освободить ноги. После отмены рабства в Бразилии более 100 лет назад капозйра стала одним из любимых видов спорта среди малоимущих жителей страны. Для занятий ею не требуется особого спортивного инвентаря, а прикладное значение этого вида борьбы особенно привлекает молодежь. По всей стране стали создаваться секции и кружки бразильского каратэ, в которых все желающие с 14-летнего возраста не только изучают приемы капозйры, но и занимаются общефизической подготовкой, гимнастикой и акробатикой, уроками танца и музыки. В секции капозйры потянулись студенты, работники умственного труда, бизнесмены и даже министры. Многие из горожан рассматривают занятия бразильским каратэ как средство сбросить лишний вес. Таким образом, капозйра — это бразильский культурный феномен, который является смесью спорта, борьбы, танца, народной культуры, музыки и развлечения.

У более обеспеченных слоев населения популярностью пользуются, соответственно, более дорогие виды спорта, например, автогонки. Популярность автоспорта в Бразилии поддерживается также успехами в этом виде спорта: страна дала знаменитых гонщиков Формулы-1, таких как: Эмерсон Фиттипальди, Нельсон Пике, Айртон Сenna (все становились чемпионами мира), Рубенс Баррикелло, Фелипе.

К популярным видам активного досуга относится также бразильская самба. Совместно с Лигой Школ Самбы министерством туризма ежегодно организуется Карнавал (Rio Carnival). Карнавал Рио — народный праздник Бразилии, ведущий историю от римских сатурналий и португальского аналога масленицы, но имеющий некоторые отличия от карнавалов как в Европе, так и в других странах. С начала XX века в бразильском карнавале появляются первые «блоки» (blocos — праздничные группы выстроенные прямоугольником, которые имеют африканские мифологические корни), «веревки» (cordoes — праздничные группы выстроены веревочно) и «корсары» (corsos — праздничные группы, стилизованные под пиратов), а также парады украшенных автомобилей.

Карнавал в Рио-де-Жанейро — это парад самбы и театрализованное шоу, проводимое на Самбадроме в центре города для огромного количества зрителей, где за звание победителя борются 14 известнейших школ. Каждая школа самбы ежегодно избирает определённую тему, в соответствии с которой она оформляет движущуюся площадку и демонстрирует свое умение в течение 80

минут под стук барабанов и пение собственного гимна, раскрывая содержание своего представления с помощью костюмов и танца. Ежегодно выдвигается какая-то одна школа (все школы, как в футболе, разделены на четыре лиги) с наибольшим количеством очков из первой лиги в «особой группе».

Среди популярных у молодежи видов досуга следует также назвать кино. Бразильское правительство разработало план под названием «Фильмы NEAR YOU» с целью увеличить количество кинотеатров и преобразовать уже существующие залы в цифровые. Киносектор Бразилии пострадал за время последних десятилетий, и количество залов, которых в середине 1970-х было примерно 3300, достигло наименьшего числа к 1997 году (менее чем 1000 кинотеатров). За последние десятилетия произошло некоторое выравнивание ситуации и, хотя количество театров сейчас около 2200, они сконцентрированы в основном в мультиплексах торговых центров в крупных городах.

Цель плана «Фильмы NEAR YOU» — открытие около 600 новых кинотеатров, особенно в городах и районах, в которых в настоящее время кинотеатры не распространены. Это обеспечит доступ к киноискусству для широкой общественности и разных социальных страт. План нацелен на города с населением менее 100 тыс. жителей и, таким образом, с трудностями в кредитной и инвестиционной деятельности. В этих городах правительство будет создавать альянсы с государственными и муниципальными органами власти, направленные на открытие общественных кинотеатров, которые могут управляться частными лицами.

Направления культурной политики Бразилии.

Национальный план по культуре, разработанный в 2010 году, представляет собой шаг вперед для бразильской культуры, поскольку устанавливает принципы политики в области культуры на ближайшие 10 лет⁸⁵. Министр культуры Бразилии Джука Феррейра считает, что утверждение Национального плана по культуре является большой победой, во-первых, потому что он узаконивает прогресс, достигнутый за последние годы со стороны федерального правительства в области культуры и, во-вторых, потому что он гарантирует преемственность политики в области культуры в Бразилии.

Национальный план по культуре является первым государственным долгосрочным планом культурного развития в истории Бразилии и базируется на принципах:

1. Свобода выражения мнения и свобода творчества;
2. Культурное разнообразие;

⁸⁵ A Plan for Culture: National Congress approves guidelines for cultural policy. – Режим доступа: www.ifacca.org/national_agency_news/2010/11/09/plan-culture-national-congress-approves-guidelines/

3. Соблюдение прав человека;
4. Право каждого лица на искусство и культуру;
5. Право на получение информации, связи и культурной критики;
6. Право на память и традиции;
7. Социальная и экологическая ответственность;
8. Культура как вектор устойчивого развития;
9. Демократизация в разработке политики в области культуры
10. Ответственность общественных агентов за осуществление политики в области культуры;
11. Сотрудничество между государственными и частными субъектами в развитии экономики культуры;
12. Участие и контроль общественности в разработке политик в области культуры.

Также бразильское Министерство культуры реализует свою наиболее широкомасштабную программу в области культурного гражданства: «Культура Viva» (живая культура)⁸⁶.

«Культура Viva» намерена помочь сократить культурный разрыв между Бразилией и мировым сообществом, предоставляя более широкий доступ к средствам культурного наследия, созданию, распространению и признанию продуктов бразильской культуры. Основным инструментом для реализации бразильской культурной политики за рубежом является Бразильский культурный центр (Centro Cultural Brasileiro). Непосредственными партнерами программы являются культурные агенты, художники, учителя и социальные активисты, которые не только понимают культуру как художественное средство выражения, но и компетентны в сфере права и экономики.

Целями «Культура Viva» являются:

расширение и обеспечение доступа к средствам оценки, производству и распространению культуры;

определение партнеров и заключение соглашений между различными как государственными, так и неправительственными, как национальными, так и зарубежными социальными акторами культурного сектора с целью обеспечения устойчивого общечеловеческого развития, восприятия культуры как базиса для выражения национальной идентичности;

использование символики и художественных языков в процессе строительства бразильского общества, повышения потенциала общин и бразильского общества в целом для поддержания творческого преимущества их культурного наследия.

Общественными приоритетами программы «Культура Viva» стали группы населения, в первую очередь нуждающиеся в государственной поддержке для обеспечения большей доступности культурного наследия. Среди них:

группы с низким уровнем доходов в районах, где слабо предоставлены государственные услуги (в частности, в малых городах и сельских поселениях);

подростки и молодые люди из малообеспеченных семей;

учащиеся государственных начальных школ;

население регионов и муниципалитетов, которое имеет непосредственное отношение к сохранению исторического, культурного и природного наследия Бразилии;

коренные, сельские общины и киломбола (общины бывших беглых рабов);

культурные агенты, художники, продюсеры, преподаватели и координаторы начального образования, а также общественные деятели, осуществляющие действия, направленные на борьбу с социальной и культурной изоляцией;

все бразильцы, кто мечтает о «живой культуре».

Сократить культурный разрыв между Бразилией и мировым сообществом, сформировать позитивный имидж страны помогает также включение культурных и природных памятников Бразилии в списки ЮНЕСКО. В предварительном списке, составленном правительством Бразилии, на 2010 год значится 17 наименований, подготовленных к занесению в список объектов Всемирного наследия: 10 культурных и 7 природных объектов. 3 культурных объекта признаны шедеврами человеческого гения и 4 объекта — природными феноменами исключительной красоты и эстетической важности⁸⁷. Несмотря на проводимую работу, доля объектов Бразилии в мире остается низкой — 1,9 %.

⁸⁷ Сайт ЮНЕСКО. – Режим доступа: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/br>

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какими факторами обусловлена специфика истории развития социокультурной модели США?
2. Дайте социологическую характеристику современного американского общества.
3. В чем заключается специфика этнокультурной ситуации в США?
4. Каковы характеристики массовой культуры США? Докажите, что массовую культуру можно рассматривать как базис социокультурной модели США.
5. Охарактеризуйте городскую и сельскую культуру США.
6. Дайте характеристику межотраслевым рекреационным комплексам, сложившимся в США ко второй половине XX столетия.
7. Какими средствами в США пропагандируется здоровый образ жизни?
8. Охарактеризуйте этнокультурную и социокультурную специфику Бразилии.

ГЛАВА 2. ЕВРОПА

2.1. СПЕЦИФИКА ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ И СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ В ЕВРОПЕ

Этнологи выделяют особые историко-культурные области, у населения которых в силу общности социально-экономического развития, длительных исторических связей и взаимного влияния складываются сходные культурно-бытовые особенности, наиболее отчетливо проступающие как в материальной культуре, так и в духовной (в обычаях, обрядах, верованиях, в народном творчестве, формах проведения досуга и т.п.).

Одной из крупнейших историко-культурных "провинций" является Западная Европа, в пределах которой целесообразно выделить Североевропейскую, Атлантическую, Средиземноморскую, Центральноевропейскую и Восточно-европейскую области. Каждая из них имеет свой исторический путь, свою экономическую и социально-политическую специфику, но, тем не менее, в силу взаимодействия европейских национальных культур, преобладающая часть национальных особенностей обладает относительным характером. Они выступают как общее свойство нескольких национальных общностей, отличающее одновременно всех их от других общностей того же типа. По этой причине мы можем рассматривать европейскую культуру как нечто общее, единое для всех европейских народов, именно как культуру целого континента (что для Азии, например, совершенно невозможно применить в силу значительных отличий в культуре народов, ее населяющих).

В пространственном отношении единство западноевропейской цивилизации определяется индоевропейским наследием, а во временном отношении – становлением на протяжении всего Средневековья. Западноевропейская средневековая цивилизация включала сложный комплекс многочисленных государств, вполне самостоятельных и вместе с тем связанных друг с другом экономическими, политическими и культурными связями. Следовательно, мы можем говорить о Европе как едином историко-этнографическом (а, следовательно, и историко-фольклорном) регионе. Кроме того, особенностью Европы стало также проживание на континенте представителей одной расы. Этот фактор не определяет культурного единства, но говорит в пользу специфики европейской культуры, которая не знала расовых барьеров. Европейцы сравнительно легко перемещались внутри Европы, а, мигрируя в страны Азии, Африки или Америки, стремились, в первую очередь, обосноваться в сходных

природных зонах, держались как бы вместе.

Формирование Европы как единого историко-культурного региона стимулировалось не только общим индоевропейским наследством, но и общим типом хозяйства — пашенным земледелием умеренного пояса и скотоводством как вспомогательной формой хозяйственной деятельности. Вместе они составили общий хозяйственно-культурный тип, который повлиял на развитие ремесел, становление культурно-бытовых традиций и праздников.

Третьим важнейшим фактором формирования Европы как единого историко-этнографического региона (кроме уже называвшихся — общего индоевропейского наследства и общности хозяйственно-культурного типа) было общее античное наследие в его греческом и римском вариантах. Древнегреческая культура в совокупности с более поздней римской определила своеобразие культур Центральной и Западной Европы. Юго-Восточная и Восточная Европа в большей мере подверглась прямому воздействию древнегреческой культуры в совокупности с византийской. Таким образом, на европейском континенте возникло, распространилось от Атлантики до Урала и многие века господствовало христианство в его римско-католическом и греко-православном вариантах⁸⁸. Христианская религия определяла образ жизни, праздничный календарь, досуговые запреты и досуговые предпочтения европейцев. Христианское миропонимание, обычаи, этика и мораль по настоящий момент освящают общий порядок и нормы социального поведения, стереотипизируют и стандартизируют действия: поддерживая определенную иерархию социальных статусов, они способствуют интериоризации групповых норм и ценностей, установлению групповой солидарности, снятию эмоциональных напряжений, утверждению социальной значимости жизненных состояний — рождения, наступления половой зрелости, вступления в брак, смерти.

Все вышесказанное справедливо как по отношению к архаической традиционной народной культуре, так и по отношению к современности.

Соотношение самобытности и мультикультурности в европейской культуре. Наличие множества интернациональных элементов в национальных культурах европейских народов объясняется многообразием этнических процессов — миграции, интеграции, ассимиляции, аккультурации — на всем протяжении исторического периода существования европейского континента.

Миграция как передвижение этнических групп в пределах

⁸⁸ Позже в римско-католическом варианте развития возникли протестантизм, англиканство, кальвинизм, различные баптистские секты, а в греко-православном — старообрядчество, униатство и тоже разного рода сектантство.

этнической территории⁸⁹ легла в основу не только «великого переселения народов» в середине первого тысячелетия нашей эры, но и более поздних периодов становления границ европейских государств. Миграция и дальнейшее расселение четырех больших индоевропейских групп (романской, германской, балтской и славянской) определили современную этническую структуру Европы, которая сложилась в основных чертах в конце X века нашей эры. Однако в культурологии под миграцией также понимается вторжение этнической культуры в чуждую культурную область, что, в конечном счете, и способствовало заимствованию множества культурных традиций при активной торговле между регионами европейского континента и частых внутриевропейских войнах.

Не меньшее значение для европейского единства имел и процесс интеграции, т.е. взаимодействия нескольких существенно различающихся по языку и культуре этносов, которое привело к появлению у них ряда общих черт⁹⁰: например, формирование в Европе у разных этносов культурно-бытовых традиций. Интеграция в идеале предполагает свободу выбора для народов: продолжать сближаться или отказаться от перспективы объединения. Этот процесс не приводит к формированию новых этносов, однако именно он создал предпосылки: вначале – для разработки идеи, а затем – для реального объединения народов в Европейский Союз.

Для единства современной Европы наибольшее значение оказали процессы ассимиляции и аккультурации. Аккультурация — процесс взаимопроникновения культур, в результате которого происходит изменение их первоначальных моделей: материальной культуры, обычаев, верований⁹¹. Зачастую в зарубежной этнографии аккультурация предстает как синоним европеизации, т.е. означает процесс распространения элементов европейской культуры, форм хозяйства, социальных институтов у народов Азии, Африки, Америки и Океании. Согласно Линтону⁹², необходимы два типа условий, при которых может происходить аккультурация: 1) свободное заимствование контактирующими культурами элементов друг друга, протекающее при отсутствии военно-политического господства одной группы над другой; 2) направляемое культурное изменение, при котором доминирующая в военном или политическом отношении группа проводит политику насильственной культурной ассимиляции

⁸⁹ См.: Юдина Т.Н. Миграция: словарь основных терминов/ Т.Н.Юдина: Учеб. пособие. — М.: Издательство РГСУ; Академический Проект, 2007. — 472 с. — (Gaudeamus)

⁹⁰ См.: Интеграция// Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А.П.Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. — Т.1 А-Й. — 702 с.

⁹¹ Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. — М., 2003.

⁹² См.: Чешко С. В. Этнокультурные процессы в резервациях индейцев США в современный период: Автореф. дис... канд. истор. наук. — М., 1986. — 25 с.

подчиненной группы. Как видно из определения, второй вариант развития событий, по Линтону – направляемое культурное изменение, приводит к ассимиляции – процессу усвоения культурных черт группой меньшинства, которая попала в культуру группы большинства, в том числе, ситуация усвоения культуры через миграцию в страну с другой культурой⁹³. Ее разделяют на добровольную ассимиляцию (например, ассимиляция части алжирцев, приехавших во Францию до 1974 года и полностью принявших французскую культуру вплоть до перехода из ислама в христианство) и насильственную (так, в Болгарии, начиная с 1984 года, туркоговорящее меньшинство, составляющее 10% населения страны, стало подвергаться насильственной болгаризации: закрывались мечети, официально запрещалось говорить на турецком языке, носить традиционную одежду, распространять Коран. Власти даже потребовали турецкие имена и фамилии изменить на болгарские. Так, знаменитый боксёр Мустафов стал Мариновым, тяжелоатлет Наим Сулейманов — Наумом Шаламановым, даже муфтий Болгарии стал Марианом Генчевым. Когда турецкое меньшинство начало сопротивляться, правительство Болгарии стало конфисковывать их земли и сажать за решетку лидеров)⁹⁴.

Два из перечисленных процессов – интеграция и ассимиляция – лежат в основе современного процесса глобализации (установления единообразия). Это процессы, которые в принципе различаются, но на практике взаимно трансформируются и перекрывают друг друга. И в первом, и во втором случае речь идёт об объединении этносов в единый социум, и в этом их сходство. Однако при интеграции взаимопроникновение культур повышает степень культурного многообразия общества, при ассимиляции же ведет к утрате отличительных черт, по крайней мере, одного из субъектов, как правило, более слабого и малочисленного. Иными словами, если интеграция несёт в себе созидательные тенденции, то социальная ассимиляция – преимущественно деструктивный процесс.

Судьбу современной Европы определяют процессы глобализации, которые сторонники объединения в Европейский Союз считают интерактивными, а противники – ассимиляционными. И первые, и вторые приводят свои аргументы, но обе стороны сходятся во мнении, что глобализация является сильнейшим испытанием для национальной и культурной идентичности, основным средством преодоления которого выступают диалог и преемственность культур. Однако сегодня

⁹³ Ассимиляция // Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. — Т.1 А—Й. — 702 с.

⁹⁴ См.: Митев П.Эм. Страхи на посткоммунистическом пространстве /П.Эм. Митев, В.Иванова, В.Шубкин// Катастрофическое сознание в современном мире в конце XX века (по материалам международных исследований)/ Моск. обществ. науч. фонд Ин-т социологии РАН Ун-т штата Мичиган; Под ред.: В.Шляпентоха, В.Шубкина, В.Ядова. — М.: Московский обществ. научный фонд, 1999. — Гл.20.

такой общий ответ перестает быть исчерпывающим, ибо сами диалог и преемственность культур затруднены в случае кризиса идентичности или ее быстрых изменений, а также усиливающегося фактора плюрального восприятия своей идентичности. Это относится как к индивиду, так и к конкретным обществам.

Современный мир, объединенный в экономике – созданием транснациональных корпораций, в социальной сфере – массовым туризмом, широкой транспортной инфраструктурой, телевидением, телефоном, компьютерной сетью, стал иным. Если в модернизационных и даже неомодернизационных теориях мир представлял как универсалия, объединенная общим центром⁹⁵, то в концепциях постмодерна центр перестал играть свою роль, главным стало признание равенства всех традиций и тенденций всего мира⁹⁶. Действительно, происходящие во всем мире процессы глобализации систем связи значительно ослабили контроль государств над потоками информации, т.е. исчезли информационные границы. Для того, чтобы понимать друг друга, люди мира учат язык международного общения – английский (эсперанто и другие искусственные языки общения на практике себя не оправдали), т.е. исчезают языковые границы. Массовый туризм, телевидение, оперативно предоставляющее новости из любой части планеты, экспансивное киноискусство Голливуда, и даже глобализация пищевой модели (рестораны быстрой еды) приводят практически к стиранию географических границ. В результате в сознании людей причудливым образом переплетаются пласты различных культур. А это приводит к тому, что государства в общемировом культурном потоке играют весьма ограниченную роль⁹⁷. Границами культурного обмена становятся рубежи электронного и геофизического пространства, а центрами культуры – не столицы государств, а точки, откуда передается и где принимается культурная информация.

Существеннейшим моментом, – пишет Н. В. Загладин, – становится то, что если в недалеком прошлом ведущую роль играли национальные императивы культурной политики, то сегодня все в большей степени на арену выходят силы, которые выдвигают на первый план императивы глобализационные, происходит определенное размывание границ между внешней и внутренней культурной политикой, формирование их новой взаимосвязи. Эта взаимосвязь проявляется в повышении значения внешних условий для культурной политики на локальном

⁹⁵ Можейко М.А. Модернизм/ М.А. Можейко //Постмодернизм. Энциклопедия.— Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом. 2001. — С. 478-479.

⁹⁶ Можейко М.А. Ацентризм/ М.А. Можейко //Постмодернизм. Энциклопедия.— Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом. 2001. — С.57-58. — (Мир энциклопедий).

⁹⁷ В частности, Э. Тоффлер указывает на многочисленные факты, свидетельствующие о том, что в новых условиях суверенитет государств уже серьезно подорван, а дальнейшее развитие процессов глобализации грозит и вовсе обесценить их роль в современном мире. (См.:Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2002. – 776 с.; Тоффлер, Э. Футуршок / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2004. – 557 с.

уровне – иначе она будет опрокинута всемирными глобальными потоками, в важности для внешней культурной политики формирования культурного потенциала страны соразмерно важнейшим векторам мирового развития⁹⁸.

По мере нарастания процессов глобализации даже в тех странах Европы, которые сами выбрали для себя открытость, растут антиглобалистские тенденции. Люди начинают восставать против утраты своего неповторимого лица и суверенитета (так, например, многие страны ЕС – Швеция, Чехия и др. – сохраняют свои аутентичные денежные единицы и не спешат переходить в зону евро, хотя с точки зрения экономики это принесет им преимущества). Повсеместно наблюдается всплеск этнического самосознания, а это ведет к росту напряженности, почти повсеместно процессы глобализации сопровождаются ростом конфликтности (Франция, Германия). Особенно озабочены этими проблемами малые народы Европы (баски, Косово).

Парадоксальный взрыв этничности на фоне этих объективных процессов объясняется подсознательным стремлением сохранить свою самобытность вопреки ее насильственному, хоть объективно и обусловленному, размыванию, стремлением уберечь европейцами разнообразие этнических культур в потоке усредненности, сохранить свою особость как француза или грека, не быть «как все»⁹⁹.

Немалую озабоченность у европейских интеллектуалов вызывает и заимствование культурных стереотипов мигрантов, и в этом (также как и в России) — проявление не одного лишь националистического экстремизма, но боязнь утраты культурного своеобычия. Так, взаимное отторжение и недоверие все чаще пронизывают отношения немецких турок и этнических немцев¹⁰⁰. А в последние годы во французской и британской прессе активно обсуждается вопрос диалога христианского большинства с мусульманским меньшинством, и даже с христианской стороны высказываются опасения о превращении Европы в Еврабию¹⁰¹. Даниэль Пайпс в статье «Не превратится ли Европа в Еврабию?» считает, что идеальный результат можно получить в случае, если коренные европейцы и мусульманские иммигранты найдут путь к тому, чтобы совместно гармонично жить и создать какое-то новое человеческое объединение¹⁰². Результаты такого идеалистического подхода Жанна-

⁹⁸ Загладин Н. В. Глобализация и Россия / Н. В. Загладин // Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – № 9. – С. 4.

⁹⁹ Яценко Е. Гражданское общество и культурная политика в Европе / Е. Яценко // Панорама культурной жизни зарубежных стран: информационный сборник. – 2002. – № 7. – С. 5 – 8.

¹⁰⁰ Мирзоян Г. Саррацин пугает, Каддафи покупает / Г. Мирзоян, С. Сумленный. – Эксперт. — 06 сентября 2010. — №35 (719).

¹⁰¹ Bat Ye'or. Eurabia: The Euro-Arab Axis/ Bat Ye'or. — Cranbury, N.J.: Fairleigh Dickinson University Press, 2005. — 384 p.; The Eurabia myth – are Europeans starting to wake up? – Режим доступа: <http://yellow-stars.com/blog2/2010/03/11/the-eurabia-myth-%E2%80%93-are-europeans-waking-up/>.

¹⁰² Pipes D. Europe or Eurabia? / D. Pipes // The Australian. April 15, 2008. – Режим доступа: <http://www.danielpipes.org/5516/europe-or-eurabia>

Элен Кальтенбах и Пьер Патрик Кальтенбах изложили в 1991 г. в своём исследовании под названием «Франция, благоприятная возможность для ислама»¹⁰³. Несмотря на все сложности и препятствия, этот оптимизм остаётся общепринятой точкой зрения, о чём говорится в конце передовой статьи в журнале «Экономист»: по крайней мере, в данный момент перспектива возникновения Еврабии – это «паникёрство»¹⁰⁴. Между тем главной задачей государственной политики Франции, Германии и других стран Евросоюза в отношении «внутреннего» ислама является его интеграция в общественную и культурную жизнь стран на условиях, не противоречащих устоям республиканского строя¹⁰⁵.

Таким образом, говоря о специфике этнокультурного развития Европы, следует отметить, что нарастание глобализации с уменьшением этнической разнородности общества не остаётся без внимания. Напротив, она становится настолько острой и актуальной, что всё больше людей начинают осознавать ценность многообразия как потенциала дальнейшей культурной эволюции человечества.

Соотношение элитарной и массовой культуры в Европе. Говоря именно о Европе, следует отметить культурные различия в рамках ряда европейских национальных общностей, сложившихся между различными социально-классовыми группами и слоями. Так, существующие в Англии, Франции, Италии и других европейских странах национальные социально-классовые элиты не только имеют существенные преимущества по сравнению со средним классом и другими слоями национальных общностей в смысле доступа к культурным ценностям, но и оказывают особое влияние на всю культурную жизнь наций. Национальные элиты формируют политическую идеологию, определяют в своих интересах внутринациональную культурную политику, на межнациональном уровне общения активно «эксплуатируют» национальную идею, используя при этом многие специализированные области национальной культуры: философию, религию, искусство и т.п. Как указывает С.С.Комиссаренко, представители элиты становятся объектами идентификации, отождествление с которыми формирует определенное ценностно-нормативное и поведенческое ядро социума¹⁰⁶, т.е. фактически оказывает воздействие на массовую культуру, повышая ее планку. Так, существующий «принцип догоняемости» в системе

¹⁰³ Kaltenbach J.-H. La France, une chance pour l'Islam / J.-H. Kaltenbach, P.P. Kaltenbach / Prefaces P. Chaunu, B. Etienne. — Editions du Felin, 1991. — 143 p.

¹⁰⁴ Tales from Eurabia: Contrary to fears on both sides of the Atlantic, integrating Europe's Muslims can be done // The Economist — Jun 22nd 2006. — Режим доступа: http://www.economist.com/node/7086222?story_id=7086222

¹⁰⁵ Кудрявцев А. Мусульмане во Франции // Россия и мусульманский мир, 2002, №11, с. 155-168.

¹⁰⁶ Комиссаренко С.С. Духовно-интеллектуальная элита как феномен отечественной культуры: автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра культурологии / С. С. Комиссаренко; СПбГУП. — СПб.: СПбГУП, 2005. — 43 с.

потребления заставляет рабочего стараться быть похожим в своем образе жизни на мастера, мастера — брать пример с инженера, и так далее по вертикали до самого верха социальной пирамиды.

Формирование же национальных социально-классовых элит детерминировало возникновение клубных традиций, особенно сильных в Англии. Наиболее интенсивное развитие английская клубная практика получила в конце XVIII-XIX вв.: сложилась устойчивая традиция клубного досуга, включающая англичан в многообразное клубное движение. Организовывались клубы на основе интереса к какому-либо конкретному виду культурной деятельности (спортивные, танцевальные, музыкальные, а также религиозные клубы) и на основе социально-профессиональных интересов (вначале — аристократические или элитарные клубы, позднее — политические, женские, клубы рабочих, служащих, студентов и т.п.). «Приноравливание» к английской моде на спорт, нравы и образ жизни привело к «англomanии» и в других странах Европы и мира. Параллельно английской формировалась французская клубная традиция, берущая свое начало из революционных народных собраний (уличных или кочевых клубов), политических салонов аристократии, клубов-церквей и т.п.

Важнейшей чертой элитарной культуры является ее закрытость, недоступность. Английский писатель Г.Честертон в своем рассказе «Странные шаги» описывал технологию превращения ресторана в отеле «Вернон» в чрезвычайно престижное место. Отличительной чертой ресторана стала его исключительность, которая достигалась не качеством обслуживания (оно было высоким, но не лучше, чем во многих других местах), а затрудненностью доступа. Деньги, пишет Г.Честертон, получались не за то, что сюда привлекали людей, а за то, что их сюда не допускали. Хитрый хозяин специально создавал трудности в допуске, чтобы богатые клиенты могли посредством своих денег и дипломатии их преодолевать. Так, в этом ресторане был всего один стол, за которым могли одновременно сидеть только 24 человека. Этот стол находился на открытом воздухе, поэтому наслаждаться трапезой здесь можно было только в хорошую погоду. И чем труднее было получить удовольствие от такой трапезы, тем больше возникало стремление участвовать в ней за большие деньги. Хозяин гостиницы и ресторана заработал миллион фунтов стерлингов, регулируя доступ в это труднодоступное, а потому и очень престижное место¹⁰⁷.

Однако в XX веке произошли серьезные изменения в соотношении «высокой» элитарной и массовой «популярной» культуры. Результаты теоретических и прикладных исследований Т. Адорно, Г. Маркузе,

¹⁰⁷ Честертон Г. К. Странные шаги: Романы, рассказы. / Г. К. Честертон; Пер. с англ. Н. Трауберг [и др.]. — М.: Эксмо, 2005. — 640 с.: ил. — (Зарубежная классика).

П.Бурдье¹⁰⁸ позволяют выявить изменения социальной мотивации и потребительского поведения в сфере культуры. Фактически они дают основания говорить о формировании аудитории нового типа, интересы которой заключаются в «пересечении границ». В соответствии с подходом Д. Белла¹⁰⁹, массовая культура – это своего рода организация обыденного сознания в информационном обществе, особая знаковая система или особый язык, на котором члены информационного общества достигают взаимопонимания. Она выступает как связующее звено между постиндустриальным обществом высокой специализации и человеком, который интегрирован в него лишь как «частичный» человек. Коммуникация же между «частичными» людьми, узкими специалистами осуществляется, по всей видимости, лишь на уровне «массового человека», т. е. на среднем общедоступном языке, которым и является массовая культура. Сегодняшние потребители культурных благ выбирают все, что может доставить удовольствие: культуру этническую (местную) и мировую, популярную и высокую, традиционную и современную. В один вечер они слушают оперу, в следующий идут на рок-концерт или лазерное шоу. Во время отпуска они посещают традиционные музеи и популярные эстрадные представления, выставки современных художников и местные фольклорные праздники. Таким образом, граница между элитарной и массовой культурой размывается¹¹⁰, и на уровне арт-культуры происходит своего рода взаимопроникновение¹¹¹.

Соотношение городской и сельской культуры. В духовной жизни раннего Средневековья сельская жизнь с ее неторопливой размеренностью и периодической сменой производственных сезонов была главным регулятором социального ритма общества¹¹². Однако в X—XI вв. начинает складываться городской строй в Северной Франции, Фландрии и Брабанте, в Англии, в Зарейнской и Дунайской областях

¹⁰⁸ Adorno T.W. The star down to earth and other essays on the irrational in culture / T.W. Adorno. — L.: N.Y.: Routledge, 1994. — 175 p.; Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе; Пер. с англ. — М.: REFL-book, 1994. — 368 с.; Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu / Trans. R. Nice. — L.: Publ. by Routledge and Kegan Paul, 1984

¹⁰⁹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл; Пер. с англ. — М.: Академия, 2004. — 788 с.

¹¹⁰ Абанкина Т.В. Тенденции и модели использования культурных ресурсов для устойчивого регионального развития / Т.В. Абанкина. — Режим доступа: http://new.hse.ru/sites/mbd/programs_doc/

¹¹¹ В современной культурологии, как правило, выделяют три основных уровня массовой культуры: кич-культура (массовая культура в ее самом низкопробном проявлении); мид-культура (обладает некоторыми чертами традиционной культуры, но в тоже время включает в себя черты массовой культуры); арт-культура (масс-культура, не лишенная определенного, иногда даже высокого, художественного содержания и эстетического выражения) (См.: Аблеев С. Р. Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы / С.Р. Аблеев, С.И. Кузьминская // Человек в социальном мире: проблемы, исследования, перспективы. Научно-практический вестник. Выпуск 2002/1 (N 8)).

¹¹² Гуревич А. Я. Средневековый мир: культура безмолвствующего большинства / А. Я. Гуревич. — М.: Искусство, 1990. — С. 63.

Германии, на севере Балкан. В XI—XIII вв. сложились феодальные города на северных окраинах и во внутренних областях Восточной Германии, на Руси, в Скандинавских странах, в Ирландии, Шотландии, Венгрии, Польше, Дунайских княжествах. Таким образом, на смену старому общественному укладу в жизни европейцев пришел новый — городской — тип жизнедеятельности, в основе которого лежала культура античности. Средневековый город в существенных чертах не отличался от древнего города в эллинскую эпоху ни по численности населения, ни по жизненному укладу. Так, в средневековой Германии было более 4000 городов с населением менее 2000 жителей в каждом, 250 городов с населением от 2 до 10 тысяч и лишь 15 городов с населением свыше 10 тысяч жителей. Такие города, как Флоренция, Милан, Венеция, Генуя, Париж, имевшие в конце XIII — начале XIV вв. более 50 тыс. жителей, считались гигантами. К 1500 году городское население в Западной Европе составляло около 16%¹¹³.

Активный приток населения в города во многом объяснялся их неподвластностью князьям и епископам, ибо многие города ограничили права проживавших в них феодалов либо вообще изгнали их. Так было в немецком Гамбурге, во Флоренции и в Болонье в Италии. Более того: по городскому праву зависимый от феодала крестьянин, который прожил год и один день внутри городских стен, приобретал свободу.

Приток в города осуществлялся в основном из сельских регионов, т.к. из-за высокого уровня смертности, связанного с неблагоприятными условиями жизни, войнами, политической нестабильностью ни один город не мог поддерживать численность своего населения за счет внутренних ресурсов. Дальняя иммиграция в основном поставляла богатых купцов, высококвалифицированных ремесленников и студентов, из них в городах формировались этнические и земляческие общины.

Сельские общины в странах Европы также не были самозамкнутыми: католическая вера исключала браки с родственниками до шестого колена, в связи с чем и сельское, и городское население характеризовалось высокой мобильностью, а межпоселенческие контакты с каждым веком росли. Немалое значение в этом процессе играло и паломничество (по выражению Ж. Ле Гоффа, «средневековый прообраз туризма»¹¹⁴). Паломники стремились в город поклониться святым мощам, хранившимся в городских соборах и церквях, а также поглазеть на городские достопримечательности, различные сооружения и монументы.

¹¹³ Березин И. Краткая история экономического развития. Учебное пособие. 2-е изд., доп. — М.: Русская Деловая Литература, 2001. — 304 с.

¹¹⁴ Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада/ Ж. Ле Гофф./ Пер. с фр.; Общ. ред. Ю.Л. Бессмертного; Послел. А. Я. Гуревича. — М.: Издательская группа Прогресс, Прогресс-Академия, 1992.— С.128.

Суть городской культуры сводилась к постоянному усилению светских элементов во всех сферах человеческого бытия. На светские праздники, помпезно проводимые в городах (встречи прибывающих в город королей, народные гуляния по поводу различных политических событий, ярмарки, карнавалы, корриды), собирались городские и сельские жители, поэтому особой разницы между досугом жителей двух типов поселений не было, зато значительно отличался досуг знати и других сословий. Так, на рыцарских турнирах, пирах и балах простому народу делать было нечего, он довольствовался выступлениями комедиантов и циркачей, дармовой кормежкой и выпивкой, выставляемой цехом или гильдией. Зато церковные шествия и службы, равно как и аутодафе в период разгула инквизиции, привлекали все население города, без различия сословия, пола и возраста. Средневековое общество было охвачено «своего рода броуновским движением, одновременно и постоянным, и переменчивым»¹¹⁵.

Таким образом, средоточием европейской жизни, начиная с раннего Средневековья, становится город, который впитывает сельские традиции, преобразовывает их в соответствии с новыми законами жизнедеятельности и транслирует дальше. Так, например, до начала XIII в. карнавалы праздники в соответствии с аграрными работами составляли зимний, весенний и осенний циклы. С X по XIII в. сельскохозяйственные культы древности постепенно переродились в классический карнавал Средневековья. Попав в XII в. в европейский город, языческий обряд вошел в тесное соприкосновение с иными, развивавшимися параллельно ему субкультурами: университетской, цеховой, куртуазной, а также церковной, в результате чего городской карнавал размежевывался с сельским культом, постепенно превратившись в разновидность городского досуга.

Таким образом, носителем национальной культуры в средневековой Европе стал именно горожанин, причем не оторванный от культурных корней, не старающийся забыть связь с аграрными культами древности, а методично – из года в год – повторяющий установленные обряды и транслирующий их из поколения в поколение.

Современная Европа также стремится сохранять свою национальную культуру в среде малых городов, тем более, что процессы урбанизации, приводящие к образованию городов-многомиллионников, меньше всего затрагивают именно европейский континент¹¹⁶. Практически все страны Европы характеризует низкий процент

¹¹⁵ Ле Гофф Ж. Там же. — С.129.

¹¹⁶ В современной Европе наиболее высокая доля горожан, проживающих в относительно небольших городских поселениях (с числом жителей менее 500 тысяч), — в 2010 году она составляла 67% доля городского населения. И, напротив, в городском населении Европы ниже всего и стабильнее доля жителей городов-миллионников — около 23% (См.: Доля горожан — жителей городов-миллионников выше всего в Северной Америке и Океании, ниже всего — в Европе//Демоскоп Weekly. 1-22 августа 2010. — №429-430).

сельского населения, но даже это не означает, что они занимаются сельскохозяйственной практикой: так, во Франции только 6 % самодеятельного населения страны имеют отношение к сельскому хозяйству, в Великобритании – 2%. Как правило, сельские жители проживают в составе агломераций (малых населенных пунктов вокруг крупных городов) и работают либо в сфере услуг, либо в промышленности.

Итак, в общих чертах специфика европейской региональной социокультурной ситуации на настоящий момент состоит в следующем:

в Европе зародилась и существовала веками элитарная и массовая культуры, однако разница между ними постепенно стирается;

для европейцев характерно достаточно большое культурное единство внутри наций как наиболее урбанизированных народов, у которых и сельское население освоило ценности городской культуры;

процессы аккультурации в европейских национальных культурах все чаще вызывают психологическое отторжение на фоне объединения в единую Европу. Сопротивление усреднению выступает как борьба за чистоту национального языка (так, подобные кампании, проводимые во Франции, привели к образованию целого Министерства франкофонии), возврат к нормам поведения, обычаям и традициям в быту, досуге, искусстве.

2.2. КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Идея создания единой Европы получила реальное воплощение в жизнь 1 ноября 1993 года после подписания двенадцатью государствами Маастрихтского договора. На протяжении 1995-2007 годов благодаря вхождению в Европейский Союз ряда стран, он расширил свои границы до двадцати семи государств.

Создание ЕС по времени совпало с развитием и внедрением новых информационных технологий, и оба процесса явно ускорили процесс «социодинамики культуры» (по А. Молю¹¹⁷): под ее воздействием резко возросли темпы производства, распространения и потребления культурных ценностей как на европейском континенте, так и в глобальном мире. Не отрицая безусловных достоинств происходящих в Европейском Союзе процессов (отмена государственных границ расширила возможности для туризма, международного обмена в различных областях культуры и искусств, а информационные технологии дают возможность познакомиться с гениальными произведениями того или иного художника, архитектора, композитора, независимо от реального местоположения шедевров), следует указать

¹¹⁷ Молю А. Социодинамика культуры / А. Молю; Пер. с фр.; Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 416 с.

на ряд проблем, возникших в 1990-2000-е годы. Среди них:

- 1) *глобализация*, под которой понимается универсальный характер общемировых процессов.

«Побочным» эффектом глобализации следует считать стремительное углубление культурного неравенства между странами и народами. Расхождение в темпах культурного развития стран-лидеров, к которым, безусловно, относятся страны Европейского Союза, и странами-аутсайдерами становится с каждым годом все явственнее, порождая практически неразрешимые противоречия, провоцируя рост национализма, шовинизма и ксенофобии, создавая предпосылки для возникновения радикального экстремизма, в основе которого, как показывает практика, зачастую лежит чувство оскорбленного национального достоинства, представление о былом величии и ведущей роли в культурном развитии, утраченной в результате культурной экспансии, осуществляемой длительное время странами, принадлежащими к другой цивилизационной системе.

Глобализация, как указывает А.И. Шендрик, реанимировала принцип европоцентризма, несостоятельность которого была вскрыта еще Гердером и другим мыслителями европейского Просвещения, показавшими, что те, кто опирается на него в своей исследовательской деятельности, по сути, становятся апологетами западной цивилизации, утрачивают способность к объективному восприятию и взвешенной оценки сложных процессов, разворачивающихся в духовной сфере жизни западного общества¹¹⁸. Восстановив его статус как императива теоретического мышления и практического действия, глобализация превратила европоцентризм в идеологическое обоснование правомочности претензий «атлантической цивилизации» на лидирующее положение в мире, на осуществление культурной экспансии и насильственного изменения «кодов культур» других народов, которые, по мнению идеологов глобализации, пока «живут вне истории»¹¹⁹.

- 2) *значительные изменения в образе жизни, культурно-досуговой практике и культурном потреблении различных социальных слоев населения*, произошедшие под влиянием научно-технической революции и внедрения в производство новых технологий;

За последние 20 лет усилилась интенсивность культурных обменов, резко расширился круг тех, кто совершает бесконечный процесс перехода из одного культурного мира в другой. Глобализация узаконила существование некоего культурного стандарта, в

¹¹⁸ Шендрик А. И. Глобализация в системе культурологических координат (окончание)/ А. И. Шендрик // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 1. — С. 58.

¹¹⁹ Моисеев Н. Н. Судьба цивилизации. Путь разума / Н. Н. Моисеев. — М.: Языки русской культуры, 2000. — С.101.

соответствии с которым человек информационного общества должен владеть несколькими иностранными языками, уметь пользоваться персональным компьютером, осуществлять процесс коммуникации с представителями иных культурных миров, понимать тенденции развития современного искусства, литературы, философии, науки т. д.¹²⁰ Тем не менее, как пишет А.И.Шендрик¹²¹, культурное неравенство сегодня выступает, прежде всего, в виде «цифрового неравенства»: нет необходимости доказывать тот факт, что в условиях постиндустриального общества существует прямая зависимость между уровнем образования, культурного развития, социальным статусом личности, ее материальным положением и доступностью информационных ресурсов. Наличие у индивида персонального компьютера с периферийными устройствами (модемом, принтером, сканером) и свободных средств, позволяющих оплачивать услуги провайдеров, инженеров, программистов, а также стоимость расходных материалов, является сегодня предпосылкой его приобщения к разнообразным культурным ценностям, условием постоянной включенности индивида в процесс культурной деятельности.

3) *изменение понятия "культурное наследие" под воздействием процесса демократизации культуры;*

Реальный процесс демократизации культуры в Европе принято связывать с рождением V Республики во Франции. В 1959 году генералом Де Голлем было учреждено Министерство по делам культуры, которое на протяжении десяти лет возглавлял Андре Мальро — блестящий писатель, публицист, теоретик культуры. Именно благодаря А. Мальро в эти годы были сформулированы основные приоритеты культурной политики, которых в основном придерживались и придерживаются до сих пор все его последователи: широкий доступ к культуре, охрана культурного наследия, развитие современного искусства, образование в сфере культуры, регулирование рынка культурных индустрий и децентрализация культурных институтов¹²². У А. Мальро и его окружения было «религиозное» отношение к культуре: министр мечтал, чтобы культура, во всех ее видах, была доступна всем, независимо от социальной принадлежности. В результате такой демократизации культуры во второй половине XX века понятие «культурное наследие» расширилось и обогатилось новыми видами искусств: в него вошли мода, фотография, рок-музыка.

В 2003 году была принята и вступила в силу в 2006 году

¹²⁰ Мамедов Н. М. Глобализация как современное состояние общественного развития / Н. М. Мамедов // Эпоха глобальных перемен (опыт философского осмысления). – М.: Изд-во МГУ, 2004. – С. 43.

¹²¹ Шендрик А. И. Глобализация в системе культурологических координат (окончание)/ А. И. Шендрик // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 1. — С. 58.

¹²² Захарченко И. Н. Теоретические аспекты формирования культурной политики Франции в первые годы V Республики/ И. Н. Захарченко//Знание. Понимание. Умение. – 2008. — №8. – С.35-36.

Международная конвенция об охране нематериального культурного наследия¹²³. К началу 2009 года к Конвенции присоединились 103 государства мира.

Статьи 16 и 17 Конвенции предусматривают создание двух перечней. Один из них – Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества, аналог Списка всемирного культурного наследия. Этот список обеспечивает наглядность и известность нематериального культурного наследия всему миру. Так, например, в этот перечень вошли гастрономическое французское застолье; выпечка коврижек в северной Хорватии, многоголосые литовские песнопения сутартине; испанское фламенко как вид искусства с характерным смешением пения (канте), танца (байле) и музыкального сопровождения (токе); «кастельс» – человеческие башни, которые воздвигаются членами любительских групп в городах и деревнях Каталонии, как правило, на ежегодных праздниках.

Второй – Список нематериального культурного наследия, нуждающегося в срочной охране, куда вошли, к примеру, такие образцы человеческой нематериальной культуры как средиземноморская диета (Греция совместно с Испанией, Италией, Марокко), традиционное письмо французских деревянных рам, соколиная охота (Франция, Словакия).

В понятие культурного наследия в начале XXI века вошло и понятие языка как нематериального наследия. В устной традиции язык является не только инструментом нематериального наследия, но составляет ее сущность. Важное направление работы Отдела нематериального наследия ЮНЕСКО – программа по исчезающим языкам¹²⁴.

В начале XXI века благодаря развитию информационных технологий и феномену сетизации¹²⁵ в сфере наследия в научных кругах заговорили о целесообразности введения понятия «виртуализации» наследия как «раздвоения» объектов наследия на реально существующий материальный прототип («хард») и его информационный «двойник» («софт»)¹²⁶.

4) *рост числа партнеров в сфере культурной политики на региональном, национальном и европейском уровне.*

Таковыми партнерами являются государства и крупные международные организации, города и регионы, индустрия культуры и

¹²³ См.: Международная конвенция об охране нематериального культурного наследия. – Режим доступа: www.rus-eu-culture.ru/files/document/conventioninther_rus.pdf

¹²⁴ См.: ЮНЕСКО – программа по исчезающим языкам – Режим доступа: www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00136

¹²⁵ Под сетизацией в сфере наследия понимается перевод объектов материальной культуры в их электронные аналоги для дальнейшего сохранения и облегчения доступа к культурному наследию удаленных пользователей.

¹²⁶ Лисицкий А.В. Культурное наследие как ресурс устойчивого развития/ А.В. Лисицкий: Автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01; РАГС. - М., 2004. — С.13.

средства массовой информации, неправительственные организации и фонды, творческие союзы и учреждения культуры.

- 5) *хрупкость института государственной власти и, как следствие этого, — отсутствие стабильной основы для развития национальных культурных политик европейских стран.*

Причина этого явления кроется в сложной бюджетной ситуации, в которой находятся европейские страны. Так, культурная политика Европейского Союза¹²⁷ определяется специальным параграфом Маастрихтского соглашения, а также положениями смежных с культурной сфер деятельности этой структуры — социальной, образовательной, правовой и др. К примеру, Шестая Директива Европарламента позволяет государствам-членам ЕС сохранять нулевые или устанавливать низкие ставки НДС (в рамках 5-10%) на некоторые товары и услуги, перечень которых четко определен «Приложением Н» к этой Директиве. В этом перечне — книги, газеты и журналы (кроме тех, которые носят откровенно рекламный характер), а также билеты в музеи и галереи, театры и концертные залы, следовательно, странам-членам ЕС разрешено сохранить на них льготные ставки НДС. Зато в этом перечне нет печатных услуг, бумаги или полиграфического оборудования — следовательно, тем государствам-членам или претендентам на вступление в ЕС, которые сегодня имеют такие льготы, рано или поздно придется от них отказаться.

Характеристика культурных программ ЕС.

Основной орган Европейского Союза, работающий в сфере культуры, — Департамент Европейской Комиссии по вопросам образования и культуры.

С целью рационализации и повышения эффективности деятельности в сфере культурного сотрудничества был разработан единый финансовый и программный документ — программа "Культура 2000"¹²⁸. Она вобрала в себя три предыдущие программы Евросоюза: «Рафаэль» (программа сохранения культурного наследия и обеспечение доступа к нему), «Калейдоскоп» (программа выдвижения европейских городов на звание Культурной Столицы Европы) и «Ариан» (программа поощрения литературного творчества и популяризации чтения).

«Культура-2000» на протяжении 2000-2006 гг. поддерживала транснациональные проекты, которые предполагали сотрудничество между творческими работниками, деятелями культуры и культурными учреждениями из стран, участвующих в программе.

¹²⁷ См.: Принципы и основные направления культурной политики Европейского Сообщества // Панорама культурной жизни зарубежных стран. — Тематическая информационная подборка. - Вып. № 7. - М.: Изд. НПО Информкультура РГБ, 1993. - С.3-16

¹²⁸ Решение № 508/2000/ЕС Европейского Парламента и Совета от 14 февраля 2000 года об учреждении программы «Культура 2000»

В мае 2007 года Европейская Комиссия предложила Европейскую стратегию для сферы культуры, основанную на трех принципах:

- культурное разнообразие и межкультурный диалог;
- культура как катализатор творчества;
- культура как ключевой компонент международных связей.

В соответствии с первым принципом, Европейский Союз и другие заинтересованные стороны должны работать вместе над обеспечением межкультурного диалога в целях понимания и уважения культурного разнообразия Европы. Для этого необходимо развивать трансграничную мобильность деятелей культуры и произведений искусства.

Второй принцип подчеркивает роль культуры как катализатора творчества, необходимого для экономического развития и занятости. Культурные индустрии вносят неоценимый вклад в европейскую экономику, а творчество стимулирует развитие социальных и технологических инноваций, способствует экономическому росту и занятости в Европейском Союзе.

Третий принцип стратегии для сферы культуры на практике означает, что Европейский Союз должен играть новую и более активную роль в международных связях и интегрировать европейскую культуру как жизненно важный компонент отношений Европы с другими регионами и странами.

Предложенная стратегия нашла воплощение в программе Европейского Союза «Культура 2007—2013». Она имеет бюджет 400 миллионов евро для финансирования проектов и инициатив. Задача программы – поддержка культурного разнообразия и культурного наследия путём развития сотрудничества культурных операторов и институций разных стран¹²⁹.

Участие в программе открыто для стран-членов Европейского Союза, для стран-кандидатов (Турция, Хорватия, Федеральная Югославская Республика Македония) и для западно-балканских стран в соответствии с рамочными соглашениями об участии в программах Европейского Союза (Сербия) при условии подписания меморандумов с этими странами. Такие меморандумы подписали Хорватия, Федеральная Югославская Республика Македония, Турция, Сербия.

Программа «Культура» ставит перед собой три основные цели:

1. обеспечение мобильности деятелей культуры;
2. стимулирование распространения произведений искусства и других результатов культурной деятельности;
3. обеспечение межкультурного диалога.

Для достижения этих целей программа поддерживает три направления деятельности:

¹²⁹ Сайт Программы «Культура» Европейской комиссии по культуре
http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc411_en.htm

культурные акции;
учреждения культуры европейского уровня;
исследования, анализ, распространение информации.

1. Поддержка культурных акций.

Это направление направлено на поддержку сотрудничества учреждений культуры разных стран в рамках культурных и художественных проектов, а именно:

- многолетние совместные проекты, сроком 3 – 5 лет;
- совместные проекты сроком не более 2-х лет;
- специальные мероприятия высокого уровня.

К последней категории относится ежегодный выбор Культурных Столиц Европы (ранее – программа «Калейдоскоп»). Проведение подобных мероприятий, связанных с широкомасштабными культурными инициативами, дает возможность его организаторам подчеркнуть национальные особенности характера, культуры, быта и традиций того или иного народа. Исходя из этой концепции, Европа мыслилась как «единое великое сообщество, простирающееся от берегов Атлантики до Урала», сообщество более масштабное, чем Европейское сообщество. Однако на практике речь идет только о западноевропейских странах, принявших активное участие в разработке новых культурных инициатив.

Процедура ежегодного выдвижения кандидатур на звание города европейской культуры была предложена министром культуры Греции М.Меркури еще в 1985 году. Согласно этой процедуре выбор того или иного города должен осуществляться за два года до проведения культурных мероприятий, требующих разработки их детального плана и значительных финансовых затрат. Было принято решение выдвигать кандидатуру того или иного города, находящегося на территории европейских стран, по алфавитному принципу. В ряде случаев возможен отход от этого принципа по предварительному взаимному соглашению сторон.

Отдавая дань уважения инициатору данного культурного мероприятия, в 1985 году было принято единодушное решение о выдвижении Афин в качестве первого города европейской культуры. В 1986 году Афины сменила Флоренция, в 1987 году – Амстердам, далее – Берлин, Париж, Глазго, Дублин, Мадрид, Антверпен, Лиссабон, Люксембург, Копенгаген, Салоники. На сегодняшний день культурными столицами Европы побывало около 40 городов, и среди них – города, находящиеся вне территории Евросоюза (так, в 2010 году культурной столицей Европы стал Стамбул).

Главной задачей организаторов культурных мероприятий, приуроченных к выдвижению того или иного города европейской культуры, стало подчеркивание общности культурных традиций европейских народов, схожести исторического пути их развития,

необходимости их сближения и культурного сотрудничества при уважении национальной культурной идентичности каждой нации и народности.

Город не просто выбирается культурной столицей Европы только за то, что он имеет уникальную историю или уникален своим настоящим, но главным образом за то, что он планирует сделать в течение года, и вот это должно быть исключительным. Его программы культурных мероприятий, предложенные на целый год, должны отвечать некоторым критериям:

Статья 4 Решения 1622/2006/ЕС указывает, что программа должна¹³⁰:

развивать сотрудничество между деятелями культуры и городами с принимающей страной и другими странами ЕС в любой культурной сферы;
подчеркивать богатство культурного разнообразия Европы;
выводить общие аспекты европейской культуры на первый план.

Другими словами, города-кандидаты должны в полной мере продемонстрировать роль, которую они играют в европейской культуре, их связи с Европой, их европейскую идентичность.

Конкретно, жюри смотрит на:

темы, представленные в программе
каким образом события в предложенной программе обеспечивают межкультурный диалог с разными странами ЕС.

Статья 4 Решение 1622/2006/ЕС также указывает, что программа должна¹³¹:

привлекать к участию граждан, проживающих в городе и его окрестностях и содействовать повышению их интереса, а также интереса граждан-из-за рубежа;
быть неотъемлемой частью долгосрочного социального и культурного развития города.

Другими словами, города-кандидаты должны представить программу, которая предусматривает крупномасштабное вовлечение общественности на местном и европейском уровнях, а также обеспечить программе длительный эффект воздействия на перспективное развитие города.

Европейской культурной столицей 2011 года указом Совета министров культуры ЕС назначен Турку (Финляндия). В том же самом году титул Европейской культурной столицы присвоен и столице

¹³⁰ См.: Сайт European Commission. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm

¹³¹ См.: Сайт European Commission. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm

Эстонии Таллинну, расположенному на противоположном берегу Финского залива. Целый ряд культурных мероприятий и проектов Турку проводятся совместно с Таллинном.

Финноязычный лозунг Турку как культурной столицы «Turku palaa» можно перевести двояко – как «Турку в огне» и как «Возвращение Турку». Речь идет об историческом значении Турку как старейшего и важнейшего культурного города Финляндии, преисполненного новой жизненной силы. Лозунг служит также напоминанием о том, что, несмотря на множество пожаров, которые претерпел город за свою историю, он вновь и вновь восставал из пепла. В проект «Турку 2011» входит около 150 программ различной направленности. Вступление в права европейской столицы культуры в Турку отметили грандиозным светомузыкальным представлением на берегах реки Аура при участии 2 тысяч человек. Праздничная программа была подготовлена совместно финскими и британскими мастерами искусств: сценарий написан британцем Марком Мерфи и финкой Эммой Пуйкконен. Темой шоу стали средства общения и связи — от старинных сигнальных костров до современных телекоммуникаций.

В течение 2011 года средневековая столица Финляндии Турку станет не только эпицентром самых важных европейских событий, но постарается, помимо культурного наследия, также продвигать здоровый образ жизни, которым славится эта северная страна.

Главной темой Таллинн-2011 являются «Прибрежные истории»: писатели, музыканты, художники и театральные деятели рассказывают свои истории об Эстонии и жителях этой страны. Концепция отражает историю Эстонии, географическое расположение Таллинна и вытекающие из этого смешение и противостояния культур. В рамках главной темы истории подразделяются на три подтемы:

1) истории, которые поют вместе (праздник песни и танца фестиваль Биргитта и проект молодежной субкультуры и музыки AfroReggae);

2) истории о Старом городе (фестиваль Tallinn Teater Treff, который собирает представителей мировых культур, танцевальные диалоги с архитектурой или Open Spaces Living Art, Таллиннский марафон);

3) истории о мечте и сюрпризах (Таллиннские дни моря, фестиваль аудиовизуальных звуков Plektrum, Триеннале современного искусства для школьников Eksperimenta!).

Оба города усердно работали над составлением программы культурных мероприятий. Благодаря конкурсу идей были выбраны качественные культурные проекты, многие из них осуществляются при сотрудничестве эстонцев и финнов.

Один из самых ярких примеров сотрудничества – это проект «Läänemere Trialoog = Baltic Sea Trialogue». Он посвящен отношениям русских, эстонцев и финнов. Второй пример – «Экспедиция по Балтийскому морю». В рамках этого проекта два города попытаются

найти новые и ранее скрытые пути сотрудничества на базе новых идей. Основное действие проекта заключается в поездке по Балтийскому морю. В соревнованиях принимают участие художники, которые живут в Эстонии и Финляндии, независимо от национальности.

2.Поддержка учреждений культуры

В рамках этого направления поддерживаются учреждения культуры европейского уровня. Они стимулируют обмен между учреждениями культуры разных европейских стран, определяют потребности европейских художественных сообществ, представляют сферу культуры при контактах с другими европейскими институциями; участвуют в публичных дебатах по вопросам культуры; действуют как европейские послы культуры.

3.Поддержка исследований и распространения информации

Это направление поддерживает исследования и распространение информации, которые пропагандируют деятельность программы «Культура» самыми разными способами. Во-первых, поддерживаются аналитические исследования в сфере культурного сотрудничества и культурной политики. Во-вторых, поддерживаются национальные контактные пункты, которые были созданы в странах-участницах для распространения информации о программе, проектах и практических аспектах культурного сотрудничества. В-третьих, поддерживается сбор и распространение информации для того, чтобы культурные операторы могли пользоваться результатами проектов, финансируемых Европейским Союзом.

Программа ЕС «Культура» поддерживает также вручение ежегодных наград по культурному наследию, архитектуре, литературе и музыке с целью продвижения выдающихся достижений в сфере культуры. Награды привлекают всеобщее внимание к художникам, музыкальным группам, архитекторам, писателям, специалистам по культурному наследию. Таким образом, они показывают богатую и разнообразную европейскую культуру и культурные связи европейских стран между собой и за пределами ЕС.

Кроме того, транснациональная мобильность деятелей культуры играет первостепенную роль в создании общей Европейской зоны культуры, в реальной поддержке культурного разнообразия и межкультурного диалога. Деятелям культуры необходимо посещать другие страны, чтобы увеличивать масштабы работы, встречаться с новой аудиторией, находить новые источники вдохновения, обмениваться опытом и учиться друг у друга¹³².

Транснациональная мобильность деятелей культуры была приоритетом программы «Культура» с 2000 года и стала одной из трех основных целей программы «Культура» на 2007–2013 гг.

¹³² Сайт Программы «Культура» Европейской комиссии по культуре
http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc411_en.htm

Таким образом, действенным инструментом реализации культурной политики ЕС внутри Сообщества служат различные программы и инициативы, в частности, программа «Культура», которая стала универсальным организационно-финансовым инструментом Евросоюза в решении многообразных задач, и, прежде всего, — содействие культурному диалогу европейских народов, творчеству, транснациональному распространению культуры и мобильности артистов, развитие культурного разнообразия, сохранение общего культурного наследия европейского значения и т.д.

Итак, процесс европейской интеграции является объективной потребностью членов Сообщества в условиях глобализации. Интеграция осуществляется так называемым «коммунитарным методом», т.е. постепенно охватывая все новые и новые сферы жизнедеятельности единой Европы. Эта тенденция характерна и интеграционным процессам в области культуры.

Сфера культуры является самостоятельным направлением политики Евросоюза. В последние годы на европейском уровне приняты принципиальные политические решения, разработаны концептуальные подходы, выдвинуты важные политические инициативы, серьезно влияющие на культурную сферу, придающие ей универсальное значение в интеграционных процессах в ЕС¹³³. Активное участие в этом принимают наднациональные органы управления: Европейский совет, Еврокомиссия, Совет Евросоюза, Европарламент и другие.

Важнейшей стратегической целью Евросоюза является создание и укрепление единого культурного пространства. Благодаря интенсивной законодательной, организационной и финансовой деятельности структур ЕС, единое европейское культурное пространство становится реальностью. Тем не менее, говоря о специфике социально-культурного развития стран Европы, можно выделить несколько моделей культурных политик на основании степени участия государства и других акторов в регулировании сферы культуры. В частности, следует выделить модель активного вмешательства государства в сферу культуры (Франция), модель культурной политики с минимальным вмешательством государства (Великобритания) и модель косвенного участия государства в сфере культуры (Финляндия).

2.3. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОТДЕЛЬНЫХ СТРАН ЕВРОПЫ

¹³³ Салымбекова А. Д. Культурная политика Европейского союза в глобальном мире: Автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.04 / А.Д. Салымбекова; Кыргызско-рос. славян. ун-т. — Бишкек, 2008. — 18 с.

Этнокультурная специфика Франции. В массовом сознании жителей России стереотип французов выглядит приблизительно так: веселые, открытые, несколько легкомысленные люди, склонные к быстрым увлечениям, в которых они не проявляют излишнего постоянства. Но, как всякий стереотип, это представление отражает довольно узкую часть реальности.

Мифологические представления и реальная история Франции, известные из школьных учебников, носят достаточно сложный характер. Особенностью процесса становления единой французской нации явилось то обстоятельство, что в него на протяжении многих веков вовлекались, помимо основного, самые разные народы и этносы, гораздо более неоднородные, чем, к примеру, в бывшей Югославии. Разумеется, становление государства не проходило безболезненно, однако нельзя сказать, что оно шло по преимуществу насильственным путем. Французская нация сложилась в результате многочисленных взаимопроникновений и смешений¹³⁴. Национальная французская самобытность не уничтожила провинциальную специфику, она лишь подчинила ее себе и переняла некоторые особенности, обогатившись этим.

Следуя политике интегрирования, процесс офранцуживания продолжился в XX веке, но уже совсем по-другому: Франция больше не присоединяла и не захватывала земли, а принимала иммигрантов, прибывших из соседних стран. В тот период она — единственное государство в Европе, переживающее демографический спад и где, к тому же, население в массовом порядке покидало плодородные земли. На этом фоне во Францию прибывает первая волна итальянцев и испанцев. Через два или три поколения итальянцы, испанцы, поляки, восточные и средиземноморские неверующие евреи интегрировались во французскую нацию, в том числе через смешанные браки.

Именно так шел во Франции многовековой процесс образования нации и государства. За это время Французская революция внедрила в генетический код самосознания французов принцип духовного и национального единства. В нынешних условиях назревает новое изменение ситуации в этой области. Прежде всего, речь идет об определенной расовой и религиозной непреодолимости со стороны многочисленных иммигрантов с Балкан, из Магриба и черной Африки, из Азии. Правда, религия перестает быть препятствием, если иммигранты проявляют готовность к восприятию светского характера французской общественной жизни — неперемennого условия интеграции, как это сделали евреи и мусульмане предшествующих поколений, которые, как

¹³⁴ Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен; Пер. с англ.; Вступ. ст. С.Г. Сорокиной. — М.: Прогресс, 1984.

и католики, смогли сохранить для себя свою веру. То же можно сказать о представителях черного населения, китайцах и вьетнамцах, ставших уже частью французской нации. Однако непрекращающийся приток иммигрантов заставляет рассматривать французское национальное самосознание в более широком этническом и расовом аспекте. Наподобие северо- и южноамериканского, оно становится способным впитать в себя все многообразие этносов планеты, хотя Франция, сложившаяся и развивавшаяся в ходе и благодаря тысячелетней истории офранцуживания народов, не похожа на Америку. Она фактически занимает срединное положение между другими европейскими странами, которые, долго оставаясь странами эмиграции, не могут принимать своих иммигрантов, и Соединенными Штатами, страной естественной иммиграции¹³⁵.

Сильная французская культура способна ассимилировать весьма значительное число иммигрантов. Это городская культура, обладающая к тому же мощной всеобщей системой образования. Это гражданская культура, имеющая светский характер, что уже само по себе наделяет ее способностью к политической и интеллектуальной интеграции этнического разнообразия. Именно светскость культуры составляет одну из уникальных черт Франции и является одновременно непременным условием для интеграции иностранцев.

С другой стороны, концепция многоликого национального самосознания переживает кризис. Единство сознаний, национального и местного, распадается, если этническое смешение начинает угрожать провинциальной специфике. Отсюда провинциальное движение в защиту языка, культуры и экономики во имя спасения исчезающей самобытности. Похожая проблема встает и перед иммигрантами, которые хотят жить во французской цивилизации, не забывая при этом, какой они национальности. Следовательно, французское самосознание должно оставаться двойственным и учитывать в дальнейшем, а это касается и самих французов, этнокультурное разнообразие, что ведет к отказу от государственной централизации культуры.

Социокультурная ситуация во Франции. С середины XX века Франция необратимо вступила в эпоху финансово-промышленных монополий, а с изменением экономики начал меняться образ жизни и менталитет француза.

Образ жизни дает представление о способе существования, качестве и уровне жизни. Он включает в себя практически все стороны повседневности: труд, распорядок дня, быт, потребление, досуг. 1970-е годы — период формирования постиндустриальной Франции, и этот процесс не замедлил сказаться на увеличении разрыва между сферами жизни: в *труде* француз, как и прежде, стремился быть рациональным и

¹³⁵ Kelly M. Reconstructions of the French Nation.//French Cultural Studies: An Introduction/ Eds. Forbes J., Kelly M. — Oxford, UK : Oxford University Press , 1995. — P. 99-109.

эффективным, ориентируясь на материальное преуспевание, престиж и успех. В *повседневной жизни* ориентацию на традиционные нормы протестантской этики заменила ориентация на удовольствие и творческое самовыражение в досуге¹³⁶. Кроме того, бюджет свободного времени француза значительно вырос. Представления о комфорте и досуге опустились к подножию социальной пирамиды — другими словами, если ранее они отличали лишь аристократию и буржуазию, то теперь стали достоянием среднего класса и достигли нижних этажей пирамиды — рабочих и крестьян.

Увеличилось благосостояние французов, что повлекло изменение модели потребления: *потребление стало умеренным* (на смену количеству пришло качество). Качество жизни стало центральной темой в 1970-80-е годы. В этой идее воплотились стремления к здоровому образу жизни, чистоте окружающей среды, естественности. Современный тип потребления далек от аристократической утонченности, он более демократичен, тяготеет к удобству, уюту, красоте и простоте. И что самое важное — в новых условиях потребление приобрело сильную эмоциональную окраску: оно призвано нести радость, хорошее настроение и самочувствие, так что ряд французских социологов называли его «разумным гедонизмом». По мнению французского философа Ж. Липовецки, изменившийся стиль жизни изменил тип культуры, за которым последовали коренные изменения в обществе, его нравах, в современном человеке, живущем в эпоху массового потребления; возник совершенно новый способ социализации и индивидуализации, началась новая фаза в истории западного индивидуализма. Результатом этих перемен стало появление нового типа человека с повышенным вниманием к самому себе и своему телу, заботящегося о собственном благополучии, которого Липовецки именует нарциссом. На смену дисциплинарной социализации идет гедонистическая персонализация, связанная с раскрепощением личности, нейтрализацией социального пространства и оживлением сферы частной жизни¹³⁷.

В целом структура потребления во Франции характерна для богатой страны, где расходы на самое необходимое уменьшаются в пользу затрат ради комфорта. В то же время потребление дает возможность выразить себя как личность — это важный шаг в воспитании индивидуального вкуса.

Новый стереотип потребления и высокий уровень благосостояния привели к сдвигам в структуре бюджетных расходов. Значительную часть своего дохода семьи стараются отложить на отпуск и на черный день.

¹³⁶ См.: Голомидов В.И. Некоторые аспекты организации социально-культурной деятельности во Франции/ В.И.Голомидов. — М.,1988.

¹³⁷ Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. /Ж. Липовецки / Пер. с франц. В.В.Кузнецова. — СПб.: Владимир Даль,2001. — С.25.

Французы придают огромное значение ежегодному отпуску, и особое место в их культурно-досуговой практике занимают спорт и туризм. Отмечается повышенный интерес французов к прошлому своей страны, они с удовольствием осматривают старинные замки, средневековые города, любят бывать в музеях, которых очень много в стране. Отмечается растущий интерес всех социальных слоев и групп населения Франции независимо от их половозрастных характеристик к культурной деятельности в свободное время¹³⁸. Этому способствовало растущее разнообразие форм культурного предложения: видеомэгафонов, музыкальных центров, персональных компьютеров и т.д.

К концу XX века в массовом сознании французов подлинная культура постепенно стала вытесняться понятием досуга, развлечения (entertainment) в основном в американском значении этого явления, что диктовало и соответствующее культурное поведение людей. Космополитические и коммерциализованные по своему характеру жанры искусства, такие, например, как рок-музыка или комиксы, не говоря уж о штампованных голливудских кинофильмах, быстрее проникали в массовое сознание еще и потому, что во Франции слабо популяризировалось ставшее "немодным", подлинное народное (будь оно французское, бретонское, корсиканское и т.п.), а не фольклорно-занимательное искусство.¹³⁹

Таким образом, за последние десятилетия в культурно-досуговой деятельности французов произошли существенные изменения.

Однако реальная культурно-досуговая практика французов свидетельствует об очень относительном благополучии в этой области, поскольку отражает общемировые тенденции:

посещение учреждений культуры и культурных мероприятий по-прежнему носит для большинства французов эпизодический характер;

потребность в образовании все чаще замещается потребностью в развлечении: среднестатистический француз проводит у экрана телевизора или у монитора персонального компьютера намного больше времени, чем с книгой;

тенденции приватизации досуга определяют его преимущественное проведение у себя дома.

Специфика культурной политики Франции. Специфика французской культурной политики придает Франции уникальное положение не только в Европе, но и в мире: это одно из немногих государств, которое за последние годы не дистанцировалось, а, наоборот, приблизилось к участию в культуре. Первые шаги к этому были предприняты в 1960-е годы¹⁴⁰. Тогда во всех

¹³⁸ См.: Коржева Э.М. Актуальные проблемы свободного времени в интерпретации французских социологов // Франция глазами французских социологов. — М.: Наука, 1990. — С. 218—231.

¹³⁹ Косенко С. И. Европейские параметры современной культурной политики Франции / С. И. Косенко: Автореф. дис... канд. полит. наук: 23.00.02. — М., 2007. — С. 4.

¹⁴⁰ Ahearne J. Intellectuals, Culture and Public Policy in France: Approaches from the Left (Studies in Social & Political Thought) / J. Ahearne. — Liverpool: Liverpool University Press, 2010. — P. 58.

крупных провинциальных центрах открывались различные культурные учреждения с целью уменьшения культурного влияния столицы. Создание культурных учреждений «везде, где хочется» было явным перегибом политики 1960-х, так как зачастую не учитывало ни наличие средств, ни наличие потребителей, ни руководителей проектов.

Поворотным этапом в культурной политике Франции стало назначение президентом Франции Франсуа Миттераном министра культуры Жака Ланга. Он, в частности, поставил перед собой цель увязать экономику с искусством и творчеством, эстетику с рациональным использованием новейших технических средств коммуникации и все это поставить на службу более широкому приобщению к культуре масс и распространению французской культуры в мире. Декретом 82-394 от 10 мая 1982 года в концепцию культурной политики и организацию министерства культуры были внесены соответствующие принципиальные изменения. Одновременно были созданы новые структурные подразделения — управления по вопросам культурного развития, музыки и балета, книги и чтения, изобразительного искусства, а также службы прессы и информации, внешних связей и др.¹⁴¹

В результате Ланга удалось прочно утвердить министерство культуры в системе ведущих государственных органов и сделать его вдохновителем или партнером в проведении культурных мероприятий с другими государственными учреждениями и местной администрацией. Хотя и лишенный прямого воздействия на сферу радио и телевидения, он сумел укрепить роль министерства культуры и в этой области, повысив его способность влиять на художественную направленность телевизионной продукции.

Интересна инициатива Министерства культуры и СМИ Франции: при непосредственном участии Региональных управлений по делам культуры была начата работа по созданию новых рабочих мест для молодежи в сфере культуры. Большая роль в организации культурной деятельности населения, особенно его маргинальных слоев, отводилась так называемым культурным посредникам.

Участие в культурной деятельности — это сугубо добровольное дело каждого человека, однако, стремление к нему должно воспитываться у молодежи как семьей, так и обществом с помощью средств массовой информации и учреждений культуры. Необходимость бороться с дискриминационными барьерами и в сфере культурной деятельности населения, вызванными относительно низким уровнем жизни и образования отдельных социальных слоев и групп населения, предопределила следующие шаги:

1. Обязательность базового художественного образования в структуре начального и среднего школьного образования.

¹⁴¹ Косенко С. И. Европейские параметры современной культурной политики Франции/ С. И.Косенко: Автореф. дис... канд. полит. наук: 23.00.02. – М., 2007. – С.18.

Заслуженным признанием у искусствоведов и ценителей искусства во всем мире пользуется Художественная школа, функционирующая при Лувре. Школа, открытая еще в 1882 году, выполняет роль своеобразного университета при музее, в котором, наряду с учениками, сдающими экзамены и получающими специальный диплом, обучается значительное число вольнослушателей: 3500 и 2000 человек посещают занятия в дневное и вечернее время в стенах Лувра; еще 2500 человек записаны в художественные школы, разбросанные по всей Франции, но находящиеся под патронажем Художественной школы при Лувре. Запись вольнослушателей является характерной особенностью данной Школы, отличающей ее от аналогичных школ в других странах мира. Вольнослушателем может стать каждый, кто любит искусство и хочет познакомиться с творениями художников и зодчих всего мира. После окончания трехлетних занятий вольнослушатели, в отличие от учеников, не сдают экзаменов и не получают диплома об окончании Школы.

Возраст учеников и вольнослушателей, как французских, так и иностранных, колеблется от 17 до 77 лет, что свидетельствует о большом интересе различных возрастных групп населения к произведениям мировой культуры.

2. С целью привлечения населения к участию в культурной деятельности бюджетным организациям культуры предложено установить еженедельный льготный день посещения с максимально низкими ценами на билеты. Так, например, в музей Лувр обеспечивает свободный вход для детей до 18 лет (независимо от их гражданства), в первое воскресенье месяца, а также для лиц до 26 лет в пятницу с 18.00, а в Дом Инвалидов (Музей армии) вход бесплатный для лиц до 18 лет (опять же, независимо от их гражданства).

3. Значительная роль в привлечении населения к культурно-досуговой деятельности, в пропаганде культуры и ее лучших произведений принадлежит телевидению. Телевидение Франции должно открывать лучшие оперные, театральные и музыкальные постановки сезона. На сегодняшний момент во Франции работают Art Channel (искусство во всех формах: видео арт, виртуальный арт, экспериментальные кинофильмы, короткометражные кинофильмы, музыкальные видеоклипы, документальные фильмы без комментариев, интервью и многое другое), MBOATV (первый телеканал, посвященный музыке и культуре Африки), MCM TOP (самые свежие видеоклипы, концерты, эксклюзивные интервью с популярными зарубежными звездами поп-, рок- и техно-музыки; MCM TOP также следит за международной музыкальной сценой мира и уделяет особое внимание франкоязычной музыке), ClapTV (предлагает своим зрителям разнообразные программы, сосредоточенные на культуре и предназначенные помогать молодым художественным талантам).

4. Новые рабочие места для молодежи в сфере культуры. Одной из наиболее острых проблем современной Франции является проблема безработицы среди молодежи в возрасте от 18 до 30 лет. Число безработных молодых людей, имевших частичную занятость или не работавших никогда, постоянно растет. Учитывая накопившуюся в обществе социальную напряженность, Министерство культуры и СМИ Франции совместно с Министерством занятости летом 1997 года выступило с инициативой выработки мер, способных привести к созданию в сфере культуры новых рабочих мест для молодежи. Следует особо подчеркнуть, что до 1997 года по сложившейся во Франции традиции в создании новых рабочих мест в сфере культуры принимали участие коммуны и некоммерческие общественные организации (ассоциации, фонды, комитеты при учреждениях культуры), а не государство. В новых социально-экономических условиях Франция высказалась за создание таких рабочих мест, которые бы обеспечивали творческую занятость молодежи и имели бы социальную направленность. В октябре 1997 года по инициативе Министерства культуры был принят так называемый «закон Обри» (по имени главного разработчика), который направлен на рост занятости молодежи как в различных областях культуры, так и в сфере новых технологий — информационных систем.

В марте 2002 года министром культуры и коммуникации был назначен Жан-Жак Айагон, бывший до этого директором Центра Жоржа Помпиду. Это назначение было положительно воспринято миром культуры и искусства Франции. Утвержденное декретом от 15 мая 2002 года новое определение функций министерства культуры усиливало некоторые предыдущие положения, направленные на защиту и умножение национального культурного достояния Франции, защиту и сохранение ее культурного своеобразия¹⁴². В частности, впервые был сделан акцент на более активной поддержке политики франкофонии и продвижения французской культуры за рубежом¹⁴³.

В начале третьего тысячелетия руководство Франции, занимающей четвертое место среди наиболее развитых государств мира, своевременно и серьезно задумалось над тем, как удержать позиции, обеспечивающие ей титул великой державы. В этой связи, как пишет С.И.Косенко¹⁴⁴, предстояло найти адекватные ответы на ряд принципиальных вопросов.

Во-первых, будут ли являться завтра исключительный культурный имидж и интеллектуальная неповторимость французского образа мышления и стиля жизни достаточными козырями в глобальном, унифицированном

¹⁴² См.: Ahearne J. Cultural policy in the old Europe: France and Germany/ J. Ahearne // *International Journal of cultural policy*. — 2003. — Vol. 9(2). — P. 127-131.

¹⁴³ Looseley D.L. Back to the future: rethinking French cultural policy, 1997-2002 // *International Journal of cultural policy*. — 2003. — Vol. 9(2). — P. 227-234.

¹⁴⁴ См.: Косенко С. И. Европейские параметры современной культурной политики Франции/ С.И.Косенко: Автореф. дис... канд. полит. наук: 23.00.02. — М., 2007. — С.20-23.

информационном обществе, где господствуют новые технологии? Ответ на этот вопрос напрашивался сам собой: в будущем веке Францию в экономическом отношении неизбежно нагонят некоторые поднимающиеся промышленные гиганты в Азии и Латинской Америке. В этой перспективе только сплоченный Европейский союз, завершив свое строительство, будет способен полноценно противостоять внешним силам. Соответственно, экономический вес Франции в мире ослабится и поэтому, скорее всего, только благодаря блеску своей культуры и науки она сможет продолжать утверждать свою самобытность и считаться первоклассной державой. С началом нового века культурное измерение внешней политики приобрело для Франции решающее значение: сохранить место французского языка как средства международного общения, особенно в сфере новых коммуникационных технологий, укреплять мировое франкоязычное сообщество. Все это представлялось и представляется французскому руководству столь же важным, как и сохранение места постоянного члена Совета Безопасности ООН, что, впрочем, взаимосвязано.

Во-вторых, располагает ли Франция достаточным потенциалом для того, чтобы продолжать удерживать в новых условиях первые позиции в области культурного развития, художественного творчества и научного изобретательства? Вопрос актуальный, если учесть, что на тот момент культурные достижения Франции воспринимались через призму прошлого – например, Дидро и Руссо в философии, Бальзак и Гюго в литературе, Дебюсси и Равель в музыке, Пастер и Ампер в науке и т.п. В этой связи ставилась задача усилить пропаганду современных достижений Франции в области философской (Жак Маритэн) и экономической (Фернан Бродель) мысли, искусства (выдающийся архитектор Ле Корбюзье) и науки (нобелевский лауреат, физик Фредерик Жолио-Кюри, математик Жак Адамар, океанолог Жак-Ив Кусто), поскольку в одной только технической области сегодня эта страна может гордиться, например, такими образцами прогресса как скоростной поезд (TGV), ракета-носитель Ариана или пассажирский самолет «Эрбюс-380».

В-третьих, как с наибольшей отдачей пропагандировать за рубежом культурные и научно-технические достижения Франции? Здесь вновь на первый план выходила уникальная роль, которую французское государство всегда играло в плане поддержки культуры, продвижения языка и французских идей за рубежом. В этой связи вновь актуальной становилась задача расширения «культурной дипломатии», для чего Франция располагала системой зарубежных учреждений, которой не было равной во всем мире. Она оставалась единственной страной Запада, объединявшей под эгидой министерства иностранных дел, в рамках одной Генеральной дирекции, все инструменты, необходимые для эффективных действий за рубежом в сфере культуры: по продвижению французского языка, развитию двустороннего и многостороннего сотрудничества в культурной и научно-технической

областях, помощи в развитии (главным образом франкоязычным странам Африки и Азии), распространения аудиовизуальной продукции и проч.

Таким образом, на протяжении последних 50 лет культурная политика Франции была последовательно ориентирована на защиту общенациональных интересов и в этом смысле сохраняла свою вековую преемственность. Именно это сочетание исторической традиции и конституционных принципов, определяющих демократический характер французского общества, составляют легитимную и прочную основу культурной политики Франции сегодня.

Активное вмешательство государства в сферу искусства, литературы и культурного наследия является константой и характерной особенностью французской истории. По убеждению французских политиков, культуру во Франции ни в коем случае нельзя отдавать на откуп действию законов рынка, ибо основным конституционным принципом в этой стране является обеспечение равноправного доступа всех граждан к культуре и произведениям искусства. В этом усматривается залог формирования гражданского сознания и демократического развития общества. Вторжение власти в интеллектуальную и художественную жизнь с течением времени придало особый статус культуре во Франции, сделав ее не частным явлением, а одной из важнейших сфер жизни и развития французского общества¹⁴⁵.

Позитивное вторжение в сферу культуры и перманентная забота французского государства о ее сохранности, развитии и защите способствовали формированию устойчивой культурной самобытности французов как нации, особого самосознания французского народа и, в конечном счете, обусловили независимость, оригинальность, а также характерные нюансы внутренней и внешней политики Франции. Эти качества французской политики приобретают особое значение сегодня, в условиях ширящейся глобализации мира.

¹⁴⁵ См.: Косенко С. И. Политика культуры или культура политики. Опыт Франции / С. И. Косенко. – М.: Восток-Запад, 2008. – С. 201-203.

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ: МОДЕЛЬ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ С МИНИМАЛЬНЫМ ВМЕШАТЕЛЬСТВОМ ГОСУДАРСТВА

В Великобритании, население которой склонно считать свою национальную культуру уникальной, древней и великой, среди сфер культурно-гуманитарного сотрудничества центральное место традиционно занимают образование, информация и коммуникация, и, в особенности, наука и техника. Это определяется общей ориентацией страны на активное участие в процессах, связанных с научно-техническим прогрессом, не представляющееся возможным без интенсивного международного обмена в этой сфере.

1990-е годы в Великобритании характеризовались разработкой фундаментальной политики и структурными изменениями в сфере искусства и культуры. В 1992 году переизбранное правительство консерваторов сформировало впервые координируемое министерство для руководства сферой искусства, музеями, библиотеками, архивами, СМИ, спортом и туризмом. Отдел получил название Отдела национального наследия, а в 1997 г. он был переименован в Отдел культуры, СМИ и спорта. Существенным шагом стало введение национальной лотереи в середине 1990-х, которая обеспечивала главную прибыль для культурного сектора.

Финансирование сферы культуры на основе партнерского участия государства и корпоративных спонсоров стало в Великобритании все более заметной формой субсидирования, что способствовало значительному притоку средств из частного сектора. В Великобритании, согласно введенному в 1984 году плану стимулирования корпоративного спонсорства, совместные проекты финансировались из центрального бюджета и спонсорских средств в соотношении 1:1 для первого проекта (при этом спонсорский взнос не должен быть менее 1 тыс. фунтов стерлингов) и 1:3 для последующих проектов при минимальном взносе в 3 тыс. фунтов стерлингов. При этом государственная дотация составляла не более 25 тыс. фунтов стерлингов на один проект. Для сравнения: аналогичная система встречного финансирования, введенная в 1987 году во Франции, предусматривала гораздо большую долю государственного участия. Соотношение бюджетного взноса и средств спонсора составляли во Франции 5:1, деньги выделялись при условии предварительного сбора определенного объема спонсорских средств¹⁴⁶.

Вклады благотворительных организаций в сферу культуры в Великобритании традиционно не облагаются налогом. Эта льгота оговаривается обязательством ежегодно в течение ряда лет передавать реципиенту определенную сумму. В 1980 году правительство

¹⁴⁶ Абанкина И. Финансирование культуры в европейских странах: обзор подходов и методов/ И. Абанкина, Т. Абанкина, Н. Осовецкая//Отечественные записки. — №4 (24). — 2005. — Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/?article=1102&numid=25>

Великобритании сократило минимальный оговоренный период с семи до четырех лет, а с 1986 года отменило ограничения на максимальный размер годового гранта (ранее составлявший 10 тыс. фунтов стерлингов)¹⁴⁷. Такая мера позволила привлечь значительные средства на ремонт и модернизацию театров и художественных галерей.

Для стимулирования благотворительности в Великобритании действует так называемая система «пожертвований из зарплаты», согласно которой предприниматель отчисляет на благотворительные цели жертвуемую работниками часть заработной платы, освобождаемую от налога.

Британская модель смешанного общественного частного финансирования становится все более и более привлекательной в свете давления на государственное финансирование в других странах.

В июле 2007 г., вслед за назначением Гордона Брауна премьер-министром, были пересмотрены полномочия министерств, так или иначе отвечающих за сферу культуры: Министерство иностранных дел в соответствии со своей ведомственной стратегией координирует информационные и радиовещательные технологии, в том числе цифровые. Министерство культуры курирует искусства, творчество, наследие, архитектуру, Королевские Парки и музеи Королевского Имения, галереи, архивы и туризм. Министерство спорта ответственно за спорт, национальную лотерею и лицензирование. Есть также отдельные парламентские структуры — специальные комитеты культуры, СМИ и спорта, назначенные Палатой Общин, чтобы контролировать расходы, администрацию и политику Отдела культуры, СМИ и спорта и его ассоциированных общественных членов.

В 2008 году правительство определило новый стратегический подход к творческой сфере — «Творческая Британия: Новые Таланты для Новой Экономики». Новая стратегия находится во взаимосвязи с крылатой фразой премьер-министра Блэра на вопрос о трех приоритетных направлениях его деятельности: «Education, education, education»¹⁴⁸. Этот ответ Блэра наталкивает на вывод, что на сегодняшний день наиболее значимым с политической точки зрения элементом культурного достояния Великобритании являются достижения в области образования. В культурной дипломатии сотрудничество в сфере образования служит цели «распространения достижений британской цивилизации»¹⁴⁹ по всему миру.

Можно утверждать, что Великобритания в настоящий момент дистанцировалась от международных культурных связей, передав их в компетенцию общественным организациям, формально не зависящим от правительства (прежде всего, речь идет о Британском Совете). Это

¹⁴⁷ Абанкина И. Там же.

¹⁴⁸ См.: Cliff T. Change is going to come, but how? / T. Cliff // Socialist Review. — 1997. — Iss.209. — P. 9-12.

¹⁴⁹ English Heritage. — http://www.culture.gov.uk/historic_environment/English_Heritage+.htm — 13.04.2005.

говорит о низкой значимости вопросов культуры для современной внешней политики Великобритании. В отношениях с ведущими мировыми державами основными формами международного культурного обмена являются формы научно-технического сотрудничества. В их регулировании правительство Великобритании принимает непосредственное участие.

ФИНЛЯНДИЯ: МОДЕЛЬ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ С КОСВЕННЫМ УЧАСТИЕМ ГОСУДАРСТВА

Традиционная концепция государства всеобщего благосостояния проникла в мир искусства и культурную деятельность всех стран Северного региона. Эта концепция влияет не только на прямое финансирование искусства и культурных институтов, но также на то, каким образом поддерживается культурная деятельность граждан.

Финская национальная культурная политика от XIX до конца XX столетия может быть приблизительно разделена на три стадии:

1. период государственного патернализма, от 1860-х к 1960-х годов;
2. государство общественного благоденствия и акцентирование явных культурных политических целей от конца 1960-х до начала 1990-х гг.;
3. политика после государства общественного благоденствия в конце 1990-х гг.

Исторически четыре силы сформировали это развитие¹⁵⁰:

гражданские движения, которые, несмотря на лингвистические и идеологические разделения, содействовали развитию финской культуры;

амбиции недавно сформированного государства по усилению финской культурной идентичности центральной правительственной политикой, продвигающей искусства и поддерживающей художников;

обязательства муниципалитетов (базовые формирования финского местного самоуправления), чтобы предоставить культурные услуги для их граждан, продвигать интерес их граждан к искусствам, вовлечение в любительские искусства;

рост национальной индустрии культуры, которую для начала были готовы поощрять даже в неприбыльных жанрах культурного производства.

¹⁵⁰ Kangas A. Cultural policy in Finland / A. Kangas // The Nordic cultural model. — Copenhagen, 2003. — P.79-112.

Исторически главными инструментами финской культурной политики были¹⁵¹:

прямая поддержка искусств, творческого потенциала художников и артистов, в том числе системы профессионального обучения в колледжах и университетах искусств;

обширное некоммерческое движение и объединенное финансирование культурных и художественных учреждений центральным правительством и муниципалитетами, в том числе государственное участие в общественной сервисной телекомпании (Финское ООО Телекомпании, YLE);

скромные субсидии индустрии культуры, особенно прессы и кино;

продвижение международного культурного сотрудничества в духе культурной дипломатии.

Конец 1990-х и первые годы XXI столетия характеризуются постепенным изменением в финском обществе и в его обязательствах перед основными принципами государства общественного благоденствия. Изменения ускорил экономический спад в 1991-1993 гг. Изменения с середины 1990-х годов создали, в пределах правовых и административных рамок Евросоюза, новую систему управления с четкими рыночными ориентациями государственного сектора. Хотя реакция на требования нового государственного управления самого государства была довольно медленной, другие факторы ускорили процесс развития индустрии культуры. Такими факторами стали, например, увеличение Евросоюза, новые пути объединения искусств и художников в сетевом информационном обществе и необходимость увеличить экспорт художественных и культурных товаров и услуг.

Реализация идеи возрождения Финляндии в рамках Евросоюза тесным образом была связана с культурной политикой, которая ориентировалась на сохранение культурного наследия, развитие и поддержание «финской идентичности» средствами новых информационных технологий. Ставка на развитие новых информационных технологий к концу 90-х годов XX века являлась единственным шансом для выживания. Важно отметить, что финскому правительству и коммерческой элите удалось построить идеологическую политику, направленную на разъяснение преимуществ информационного общества таким образом, чтобы получить поддержку у широких слоев населения страны.

Приоритетные направления в культурной политике — искусство, публичные библиотеки, музеи, защита авторских прав, вопросы

¹⁵¹ См.: Лайне К. Структура и управление культурной политикой Финляндии/ К. Лайне// Экология культуры. – 1999. — №4. – С.90-108. — Режим доступа: www.dvinaland.ru/culture/Publications/EoC/EoC199994/04.pdf

культурного наследия, средства массовой информации и институты культуры¹⁵².

В отличие от американской модели информационного общества, где интенсивное развитие информационных технологий сопровождалось свертыванием социальных программ и снижением роли государства, коммерциализацией сферы культуры, ее преимущественно развлекательно-рекламной деятельностью, Финляндия сумела преодолеть экономический кризис, не свертывая, а расширяя социальные и культурные программы.

Среди подобного рода достижений О.Б. Скородумова¹⁵³ отмечает следующие:

(1) образовательные учреждения и библиотеки объединены в сеть, позволяющую не только оперативно пользоваться информацией, но и активно заимствовать и развивать инновационные предложения;

(2) проводится эксперимент по созданию виртуального университета, объединяющего двадцать ныне действующих финских университетов;

(3) осуществляется широкое внедрение информационных технологий в процесс обучения (электронные учебники, дистанционные лабораторные задания, использование виртуальных стендов для экспериментов);

(4) создана система курсов по обеспечению сетевой грамотностью всех слоев населения;

(5) проведена система мер, обеспечивающих возможность применения преимуществ новых информационных технологий для престарелых через единый сервисный центр (поиск и доставка лекарств; социальные заказы, обеспечивающие всем необходимым для проживания в собственном доме до конца жизни; возможность активного включения в общественную жизнь, юридическая и консультативная помощь и т. д.);

(6) создание единых сетевых культурных центров.

Овладение информационной культурой рассматривалось в Финляндии как существенная составляющая общего национального проекта финского возрождения.

Происходящие изменения, которые имели место в конце 1990-х и в начале нового тысячелетия, отчасти уменьшили роль государства и муниципалитетов в управлении культурой и в прямом финансировании творческого потенциала, культурных услуг, добровольческих организаций и культурного производства. В то же время, роль властей в

¹⁵² Лайне К. Там же. — Режим доступа: www.dvinaland.ru/culture/Publications/ЕоС/ЕоС199994/04.pdf

¹⁵³ См.: Скородумова О. Б. Культурная политика Финляндии и ее роль в формировании новой модели информационного общества / О. Б. Скородумова // Знание. Понимание. Умение. — 2008. — №4. — С.40-44.

обеспечении капиталовложений для культурной инфраструктуры и профессионального образования в сфере искусств и культуры стала все более и более заметной. Другими словами, государственные власти инвестируют в инфраструктуру и хорошо обученные трудовые ресурсы, но ожидают, что культурные и художественные организации и учреждения компенсируют увеличивающуюся долю их текущих расходов из их собственной прибыли или доходом от других источников. Политика ЕС, особенно программы финансирования в пределах структурных фондов, теснее связала культурную политику Финляндии с городским и региональным развитием и социальной политикой еврообщества.

Главную роль в финансировании искусств и культуры в Финляндии играют центральные власти и муниципалитеты. Главные направления финансирования государством и муниципалитетами — поддержка деятелей искусства, культурных и художественных учреждений, сохранение культурного наследия, общего образования в сфере искусств и профессионального образования в искусстве и культуре. Главные формы финансирования — прямое бюджетное финансирование, косвенное (через другие общественные власти к получателям) и некоторые формы налогового расхода. Прямое финансирование индустрии развлечений (не говоря уже о кино) очень незначительно.

Доля госфинансирования сферы культуры в 2001 году составляла около 3% из государственного бюджета¹⁵⁴ (для сравнения: в России в 2002 году бюджетные расходы на культуру, искусство и кинематографию составили 1,4%)¹⁵⁵.

В Финляндии сфера культуры и искусства традиционно пользовалась значительными налоговыми преференциями. Это объясняется спецификой творческого труда и особой общественной значимостью создаваемого им продукта. Налоговые методы стимулирования культуры стали применяться еще шире, когда резкое увеличение дефицита бюджета в начале 1990-х годов Финляндии привело к определенной переориентации государственной политики от использования прямых инструментов регулирования экономики к косвенным. Система налоговых льгот обычно распространяется как на производителей товаров и услуг культурного назначения, так и на финансовых «доноров» культуры. Налоговые льготы призваны стимулировать рост производства и обеспечивать разнообразие товаров и услуг, поддерживать стабильность цен в этой сфере и содействовать притоку в нее негосударственных финансовых ресурсов. Введение

¹⁵⁴ Источник: Statistics Finland, Kulttuuritilastot / Cultural Statistics. – 2005. — №224, 227. – Режим доступа: www.minedu.fi/OPM/Linjaukset_ja_rahoitus/?lang=en

¹⁵⁵ Рябова И. С. Бюджетное финансирование отраслей социальной сферы в Российской Федерации / И. С. Рябова, Н. В. Басова // Аудит и финансовый анализ. — 2008. — №3. – С. 257.

налоговых льгот для творческих работников нацелено на улучшение материального положения артистов, художников, писателей и т. д. Наиболее радикально поступили в Ирландии, где уже более 35 лет все творческие работники освобождены от подоходного обложения. Центральный бюджет ежегодно теряет на этом значительные суммы. Во Франции аналогичная льгота распространяется только на художников и скульпторов. В Финляндии не облагаются подоходным налогом государственные гранты, которые получают писатели и другие деятели культуры. Чтобы смягчить бремя налогов на работников творческих профессий, имеющих нерегулярные заработки, в Финляндии разрешается при налогообложении распределять полученный авторский гонорар на несколько последующих лет (например, на три года).

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какими факторами обусловлена специфика истории развития социокультурных моделей стран Европейского Союза?
2. В чем заключается специфика этнокультурной ситуации в Европе?
3. Каковы характеристики массовой и элитарной культуры в Европе?
4. Охарактеризуйте городскую и сельскую культуру Европы.
5. Дайте характеристику отраслевых культурных программ Евросоюза в конце XX – в начале XXI столетия.
6. Охарактеризуйте модель активного вмешательства государства в сферу культуры, сложившуюся во Франции.
7. Дайте общую характеристику модели культурной политики с минимальным вмешательством государства (на примере Великобритании).
8. Охарактеризуйте модель косвенного участия государства в сфере культуры, сложившуюся в Финляндии.
9. Сравните культуру США и ЕС по различным критериям (соотношение интернационального/национального в культуре; городской/сельской культуры; массовой/элитарной культуры; светской/религиозной культуры).

ГЛАВА 3. СТРАНЫ АЗИИ И АФРИКИ

3.1. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ОБЛИК МУСУЛЬМАНСКИХ СТРАН АЗИИ И АФРИКИ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАН ИСЛАМА АЗИИ И АФРИКИ

Страны ислама расположены, как правило, на Ближнем Востоке, в Средней Азии и в Северной Африке. Ближний Восток вобрал в себя древнейшие цивилизации Аравийского полуострова (Саудовская Аравия, Йемен, Оман и небольшие государства, обращённые к Персидскому заливу). Ирак стал преемником цивилизаций Месопотамии; Сирия, Ливан и Иордания занимают территории древних Сирии, Финикии и частично Палестины, на землях которой произошли события библейской истории. Египет унаследовал простиравшиеся вдоль Нила владения Древнего Египта. На североафриканском побережье Средиземного моря, получившем у средневековых арабских географов наименование Магриб («запад»), расположены государства Ливия, Тунис, Алжир и Марокко. История и культура ислама тесно связаны с Ираном и Турцией, которые в свою очередь оказали влияние на художественные традиции Средней Азии и Кавказа, где расположены бывшие республики СССР, а ныне – суверенные государства, население которых также исповедует ислам: Азербайджан, Узбекистан, Туркменистан, Казахстан, Киргизия, Таджикистан.

Поскольку территории, занимаемые этими странами, огромны и располагаются на разных континентах, их исторический путь нельзя свести к какой-либо единой схеме, их культурно-бытовые традиции также отличны, то целесообразно социокультурное развитие данного региона попытаться рассмотреть на базе черты, которая объединяет все эти страны, а именно, на базе их духовной культуры – ислама.

У мусульманских народов Востока представления о Западе и западной культуре постоянно менялись. В основе этого процесса лежит взаимопроникновение двух культур, продолжающееся более тысячелетия. Арабы, завоевавшие Испанию, принесли в Европу передовые по тем временам знания по архитектуре, астрономии и медицине. Средневековая персидская поэзия вдохновляла трубадуров, а популярные по всей Европе кафе позаимствованы у арабов. В средние века культура арабских и других мусульманских народов была более демократична, поэтому они не видели особых преимуществ Запада и не стремились ему подражать.

В колониальный период западная цивилизация насаждала свою культуру, поэтому значительная часть интеллигенции рассматривала европейскую цивилизацию едва ли не образцом для подражания.

Однако в середине XX века в общественном мнении народов мусульманского Востока утвердилось мнение, что европейская организация экономики, научно-технические достижения заслуживают всяческого внимания, зато традиционные восточные общества превосходят Запад в области социальных отношений и духовной культуры. «Открытие» собственной традиции заметно изменило отношение к западной культуре. Былое преклонение перед прогрессом Запада, столь заметное в 1950-60-е годы, уступило место критическому отношению.

Период конца 1950-начала 1970-х годов во многих мусульманских странах (Иордания, Алжир, Иран, Йемен) был отмечен ростом идей самосознания личности, социализацией ее нравственных и культурных ориентиров. Это был период активного национально-освободительного движения в странах мусульманской Азии и Северной Африки. Не без финансовой и консультационной помощи Советского Союза представители местных элит объединялись с общей целью освобождения от колониальной зависимости. Результатом национально-освободительных революций стало возникновение ряда самостоятельных государств, часть из которых выбирала капиталистический путь развития, а другая часть – социалистический (иногда даже в границах одной страны – например, Йеменская Арабская Республика (ЙАР, или Северный Йемен) и Народная Демократическая Республика Йемен (НДРЙ, или Южный Йемен), объединившиеся только в 1990 году).

При этом в противовес западничеству выдвинулась концепция исламизации. И чем резче критиковался Запад, тем больше выпячивалась значимость ислама для национальной консолидации.

Исламизация коснулась в первую очередь культуры и идеологии. Перед официальной идеологией мусульманских стран встали задачи: подвести историко-культурный фундамент под понятие «современное исламское государство».

Разумеется, при этом претерпело изменение понятие «культурное наследие» — отчетливо проступило сужение рамок национальной истории: доисламский период в истории стран мусульманского Востока стал носить название «эпоха варварства» и оказался как бы исключенным из контекста истории и современности.

Сформировать и вложить в общественное сознание понятие «современная исламская культура».

Так, в Иране после революции 1979 года популярным стал лозунг: «Ни восточное, ни западное — но исламское». Ведущим настроением была религиозно-экстатическая любовь к богу, к родине, к имаму Хомейни и т.п. Надо всем превалировали стереотипы массовой психологии, сформированные массовой пропагандой.

Исламский путь развития Ирана оказал влияние на все страны, имевшие мусульманские общины, в том числе после распада СССР в 1991 году на этапе развития и становления новых государств Средней Азии (Туркмения, Таджикистан, Узбекистан) произошла определенная исламизация политики.

1980-90-е годы стали ключевыми в вопросе о культурной идентичности мусульманских стран. Практически во всех мусульманских странах в этот период концепции национальной самобытности весьма продуктивно использовались для обоснования *культурного изоляционизма*, даже если эти идеи шли в ущерб интересам государства.

С точки зрения социально-культурного развития стран ислама к концу XX века выделились три основные группы, имевшие определенные ориентации в своем развитии:

I группа – страны, ориентированные на исламские культурные ценности и характеризующиеся авторитарными режимами правления;

II группа – страны, ориентированные на гармоничное соединение западноевропейских (светских) и исламских культурных ценностей;

III группа – страны, ориентированные на исламские культурные ценности и характеризующиеся нестабильностью политико-экономического развития.

Страны I группы (Саудовская Аравия, Бахрейн, Оман, Катар, Кувейт, ОАЭ и некоторые другие), обладают, как правило, солидными запасами нефти и газа, благодаря чему их политика и экономика пребывает в стабильном состоянии роста, а вес на мировой арене позволяет поддерживать исламские культурные ценности и духовную культуру в неприкосновенности.

Как правило, в странах первой группы гражданам предоставляется бесплатное образование (даже спонсирование обучения своих граждан в зарубежных университетах США, Великобритании, Австралии), медицинское обслуживание, уровень материального обеспечения населения чрезвычайно высок благодаря доходам от нефти, о чем, в частности, неоднократно заявлял в своих выступлениях король Саудовской Аравии Фахд¹⁵⁶.

К основным результатам ускоренной модернизации национальных экономик Кувейта, ОАЭ, Омана, Королевства Саудовская Аравия (КСА), базировавшейся на доходах от экспорта нефти, можно отнести следующие.

За счет использования нефтяного фактора страны сумели обеспечить свое участие в системе международного разделения труда на существенно новом уровне, осуществить создание масштабной социальной и производственной инфраструктуры, кардинально

¹⁵⁶ Abir M. Saudi Arabia. Government, Society and the Gulf Crises/ M.Abir. – L.-N.Y., 1993. – С. 149.

улучшить благосостояние населения. Эти выводы отчетливо подтверждаются, например, показателями, характеризующими динамику населения Саудовской Аравии – стране, где до начала ускоренной модернизации или «нефтяного» скачка из прошлого в современность основная масса ее жителей была неграмотна (95% населения в начале 1950-х годов), а результатом тяжелого, но малопроизводительного труда в условиях сурового климата были очень высокая смертность и низкая средняя продолжительность жизни (всего 33 года). В годы модернизации с 1970 по 1985 г., т.е. всего за 15 лет, местное население практически удвоилось – с 5,8 млн. до 11,2 млн. человек, что соответствует признакам произошедшей «демографической революции»¹⁵⁷. Данный тренд имел место при высокой рождаемости и достигнутой низкой смертности, и продолжительность жизни вплотную приблизилась к уровням промышленно развитых государств. В 1990-х годах показатель продолжительности жизни в КСА отмечается на уровне 73 года для мужчин и 77 лет для женщин¹⁵⁸.

Подобные сдвиги были бы невозможны без созданной широкой системы социального развития или «государственного патернализма», как эту систему определяет, например, саудовский социолог М. Ямани. Так, например, более четверти государственного годового бюджета тратится на образование. М. Ямани отмечает, что уникальным в мировой практике, в частности, выступает предоставление мужчинам пособия в виде дара на сумму 5 тыс. долл. для женитьбы как вид государственной поддержки коренных жителей Саудовской Аравии и т.п.¹⁵⁹

За период модернизации 1970-90-х годов в Саудовской Аравии накоплены немалые объемы национального богатства в материальной и нематериальной формах (культура, образование); преодолены многие стереотипы сознания; произведена грандиозная перестройка хозяйственных структур (промышленные зоны на месте пустынь, транспортная и социальная инфраструктура, современные города и поселки, индустриальные комплексы и т.п.).

Показатель ВВП на душу населения нефтяных монархий, хотя он и испытывает существенные флуктуации ввиду его тесной зависимости от нефтяных доходов, – достаточно высок не только по масштабам «третьего мира»: Катар на 2008 год занимал 1-е место в рейтинге Международного Валютного Фонда (86670 долларов США на человека),

¹⁵⁷ К «демографической революции» относят быстрые темпы прироста населения, при которых население удваивается каждые 35 лет.

¹⁵⁸ Special Report Saudi Arabia // Middle East Economic Digest (MEED). – L, June 2000. – № 26. – С. 26-28.

¹⁵⁹ Yamany M. The New Generation in the GCC: the Case of Saudi Arabia/ M. Yamany // Oil and Regional Developments in the Gulf. – L., 1998. – С. 140.

Кувейт – 9-е (40943 доллара США на душу), ОАЭ – 14-е (39077 долларов США), Саудовская Аравия – 34-е (23742 доллара США)¹⁶⁰.

Вместе с тем, экономика этих государств остается в преобладающей степени монокультурной, исключение составляют лишь государства, пытающиеся диверсифицировать свою деятельность в сферу услуг, в частности, — туризм (паломнический в КСА и культурный в ОАЭ)¹⁶¹.

Учитывая, что страны первой группы имеют узловое значение для нефтеснабжения всего мирового хозяйства, со стороны развитых государств мирового сообщества по отношению к этим странам проводится гибкая политика сотрудничества, строящаяся на учете долгосрочных интересов, в том числе касающихся поддержания стабильных, взаимовыгодных хозяйственных связей развитых стран с арабскими нефтедобывающими странами.

Страны II группы (Турция, Египет, Тунис, Марокко, бывшие республики СССР и др.) ориентированы на гармоничное соединение западноевропейских (светских) и исламских культурных ценностей. История этих стран характеризуется тесным соприкосновением местного городского населения с европейской культурой в период колониальной зависимости. Так, например, в Каире, Александрии, Стамбуле, Тунисе (столица и страна называются одинаково), во многих других городах Средиземноморья в период колониальной зависимости европейцы открывали свои школы, театры, кинотеатры, издавали газеты и журналы на европейских языках. В результате местное городское население знало европейские языки, равно как и местной аристократии не был чужд образ жизни европейцев.

В настоящий момент эти страны являются территориями с высоким уровнем урбанизации (например, в Ливане 87% от общей численности населения проживает в городах, в Иордании – 78%, в Египте – 43%)¹⁶². Показатели на душу населения в странах второй группы в целом невелики, хотя и сильно отличаются: ВВП в расчёте на душу населения, например, в Ливане – 15331 долларов США, Турции – 13447 долларов, что примерно равно показателям России, хотя торговля нефтью в этих странах не является статьей дохода¹⁶³, и нефтезапасы используются для национального потребления. В то же время ВВП в

¹⁶⁰ Для сравнения: Россия, которая также участвует в добыче и продаже нефти, занимала в 2008 году в рейтинге МВФ 51-е место, т.е. 16161 доллар США, или 34,3 % от уровня США. Сайт МВФ. – Режим доступа: www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02

¹⁶¹ Так, например, кроме нефтяного богатства важным источником дохода для правительства Саудовской Аравии является паломничество мусульман всего мира к святым местам в Мекке и Медине. Каждый год Саудовская Аравия принимает около двух миллионов паломников, которые готовы истратить последние деньги, чтобы совершить хадж.

¹⁶² World Urbanization Prospects: The 2009 Revision Population Database. – Режим доступа: <http://esa.un.org/wup2009/>

¹⁶³ Основа экономики Ливана — активная банковско-финансовая деятельность, торговля, туризм, экономики Турции — легкая и тяжелая промышленность, торговля, туризм.

расчёте на душу населения в ряде стран, ориентированных на въездной туризм, составляет, например, в Тунисе – 8020 долларов США, в Египте – 5904 долларов, в Иордании – 5658¹⁶⁴, что почти в несколько раз ниже показателей стран-лидеров второй группы.

Страны второй группы, как правило, являются странами республиканского парламентского правления (чаще всего глава государства — президент, глава правительства — премьер-министр, высший законодательный орган — парламент), однако к этой группе стран целесообразно отнести и королевство Иордания с ее умеренно авторитарным политическим режимом в рамках конституционной дуалистической монархии. Существует также интересная модель конфессионального государственного устройства – «ливанская модель»: для того, чтобы обеспечить более-менее равный доступ к верховной власти для всех религиозных конфессий, президентом страны должен быть христианин-маронит (избирается на 6 лет и только на один срок), премьер-министром — мусульманин-суннит, спикером парламента — мусульманин-шиит. Кабинет министров также формируется по принципу религиозного квотирования. Это обеспечивает гармонию и бесконфликтность для развития всех конфессий и культур Ливана.

На сегодняшний момент можно констатировать еще большую гармонию и взаимное переплетение европейских и исламских традиций у горожан в странах второй группы: это массовая поп-культура (например, музыкальная группа «4 cats», исполняющая песни в стиле российской группы «Блестящие», рэп-певец Массари, ливанские поп-певицы Нэнси Аджрам, Хайфа Вахби, Сьюзан Тамим), телекультура (ток-шоу, реалити-шоу, конкурсы красоты типа «Miss Arab World», где девушки выступают в бикини, интеллектуальные шоу типа «Кто хочет стать миллионером» и т.п.), национальный кинематограф, отражающий жизнь современных горожан (например, фильмы «Восемь дней Зейнеп», «Восемь дней Али» турецкого режиссера и сценариста Джемала Шана).

В условиях относительной демократии население стран второй группы обеспечено доступным Интернетом с видеосвязью и мобильным телевидением, спутниковым телевидением и разнообразной местной периодической печатью, отражающей взгляды и предпочтения тех или иных этно-конфессиональных группировок и политических партий страны. Процесс постепенного развития электронных СМИ и увеличение доступа к Интернету наблюдаются и в Иордании. Король Абдалла II осознает необходимость дальнейшей интеграции королевства в общественно-политическую жизнь соседних государств и мирового сообщества в целом. Учитывая малочисленность коренного населения, приток палестинских, иракских и ливанских беженцев, необходимость дальнейшего развития перспективных секторов экономики (в

частности, туризма, сельского хозяйства, строительства), он предпринимает решительные шаги для активного привлечения иностранного капитала, поощряя различные проекты развития СМИ в стране¹⁶⁵.

В условиях авторитарных режимов (Сирия, Ливия, Туркмения и др.) наибольшей популярностью среди основных групп населения пользуются именно электронные СМИ, поскольку печатные полностью находятся под контролем государственных структур и не вызывают доверия у населения.

На территориях, где мусульманское население редко или совсем не сталкивалось с проявлениями европейской культуры (а это, как правило, территории малых городов и сельские поселения), по-прежнему сильны исламские культурные традиции, которые проявляются и в образе жизни, и в одежде, и в досуговых предпочтениях.

Таким образом, модель существования отдельных стран мусульманского Востока (Турция, Египет, Ливан, Пакистан) характеризуется внутренней неоднородностью. Эти страны развиваются по еврокапиталистическому пути, но при этом еще глубоко не перестроили свою традиционную внутреннюю структуру. Практически это значит, что часть страны (как правило, это население крупных городов) уже существует в рамках новой, трансформированной по западным образцам, культуры, основными признаками которой выступают многопартийная система, европейское судопроизводство (а не шариат), демократические процедуры. В то же время большая часть населения (преимущественно сельского) по-прежнему живет привычным образом жизни, лишь слегка затронутым нововведениями. И хотя обе части активно контактируют друг с другом, они в то же время остаются обособленными; живя по своим законам. Здесь мы имеем так называемый эффект яйца, белок и желток которого составляют единый организм, однако не смешиваются друг с другом.

Таким образом, две половины одного организма составляют феномен симбиоза, суть которого — сохранение невидимой грани, отделяющей тех, кто живет по канонам мусульманской традиции, от тех, кто перешагнул через этот барьер. В последние десятилетия процесс усиления позиций ислама заметен и в Турции — государстве вполне светском, с миролюбивой внешней политикой и капиталистической экономикой, претендующем, кстати, в недалеком будущем на вхождение в состав Европейского Союза (3% территории Турции находится в Европе, что дает ей право стать членом ЕС при соблюдении иных непреложных условий). Ощущается он и в Египте, хотя там после

¹⁶⁵ Байрамова Э.К. Функционирование СМИ арабских стран в условиях различных политических систем (на примере Иордании, Ливана и Сирии): Автореф. дис... канд. полит. наук / Э. К. Байрамова. — СПб.: СПбГУ, 2010. — С. 14.

убийства президента Садата экстремистская организация «Братья-мусульмане» была объявлена вне закона. Заметен он и в новых странах СНГ, вместе с которыми мусульманских стран в мире стало свыше 40.

Однако идеи фундаментализма не опасны для стран, успешно развивающихся по капиталистическому пути (Турция, Египет, Ливан). Они не имеют серьезных шансов по той причине, что в названных странах мусульманского Востока ненависть к чужим стандартам ушла в прошлое: многие заимствованные стандарты с успехом прижились и способствуют процветанию, чего не может не ценить население. Турки, египтяне, ливанцы на сегодняшний день не представляют себе жизни без интернета, телевидения и мобильной связи.

По той же причине нет условий для фундаментализма в современных аравийских монархиях (Саудовская Аравия, ОАЭ, Кувейт, Катар) — здесь капиталистический стандарт гармонично сочетается с ненарушением привычного исламского образа жизни. Такую гармонию обеспечивают большие деньги, получаемые от добычи нефти.

Страны III группы — Афганистан, Иран, Сомали, Йемен, Судан, Мавритания входят в число экономически самых слабообразованных стран мира. Формы правления в этих странах, как правило, схожи: такие страны как Афганистан, Йемен, Иран, Мавритания являются исламскими республиками, Судан — республикой.

Основная масса населения — это сельские жители: на 2008 год их доля в Йемене составляла 69%, в Афганистане — 76%, в Судане — 57%. Несмотря на некий процент населения в городах, образ жизни горожан и сельских жителей мало отличается. Этому способствует бедность населения (по данным МВФ, ВВП на душу населения в Йемене на 2008 год составил 2404 доллара США, в Мавритании — 2108 долларов, в Афганистане — 783, в Сомали — 600 долларов)¹⁶⁶.

Отсутствие крупных запасов нефти и газа, неразвитость промышленности, сложность в развитии эффективного сельского хозяйства из-за неблагоприятного климата и дефицита воды обуславливают постоянное недовольство населения существующим политическим устройством и провоцируют частые гражданские войны и внутренние конфликты. Развитые страны не заинтересованы вкладывать деньги в экономики стран третьей группы, поскольку те не обладают полезными ресурсами, а Советский Союз, который ранее «подкармливал» дружественные в идеологическом смысле правительства этих стран, в настоящий момент перестал существовать.

Отсутствие должного уровня экономики в этих странах не дает развиваться туристской инфраструктуре, кроме того, перманентные политические конфликты, теракты, угрозы со стороны экстремистских исламских лидеров также отпугивают туристов. Страны третьей

группы, таким образом, фактически оказались в тупиковой ситуации: для развития национальных экономик нет нужного ресурса, а перепрофилировать экономику на сферу услуг (в частности, туризм) невозможно.

Образ жизни как сельского, так и городского населения изменяется крайне медленно и незначительно. Так, на 2006 год в Йемене с населением 23,5 млн. человек было всего 110 тысяч интернет-пользователей¹⁶⁷, в Афганистане с населением 28,4 млн. — около 300 тысяч человек пользовались интернетом, при этом представитель министерства связи и телекоммуникаций Афганистана Абулхади Хади настаивал на том, что Министерство культуры и информации должно блокировать и запретить все противоречащие шариату и традициям сайты, который могут повлиять на воспитание и поведение афганской молодежи. «И мы в этом всегда готовы помочь всем ведомствам, которые будут заниматься надзором и контролем за интернет-ресурсами. Этот надзор должен быть в афганских условиях. По этому поводу в афганский парламент неоднократно был приглашен министр культуры и информации, где от него потребовали вести сильный и оперативный контроль над интернет-кафе и их пользователями»¹⁶⁸. Таким образом, страны третьей группы в основном ориентированы на традиционные исламские ценности и отрицание досуговых традиций, принятых в западном мире.

СПЕЦИФИКА ДОСУГА В МИРЕ ИСЛАМА

В арабском языке слово "уакт ал-фараг" обозначает понятие "досуг" и дословно переводится как "свободное время". Таким образом, досуг рассматривается как *время, когда человек занимается тем, что не является его обязанностью*. Подобный взгляд типичен для мусульманской этики и приводит к эклектике в понимании термина, ибо смешивает досуг с игрой, отдыхом и просто бездельем.

Определение досуга в научной литературе мусульманского Востока можно условно разделить на две группы:

Наиболее традиционная концепция досуг как пассивное созерцание (типична для Ближнего и Среднего Востока). Традиция подобного времяпрепровождения, по преданию, была заложена самим основателем ислама пророком Мухаммедом, когда он уединялся для размышлений о Боге и всем сущем. Досуг при этом связывается с высоким интеллектом и выступает прерогативой мужчин.

¹⁶⁷ См.: Embassy of the Republic of Yemen. — Режим доступа: http://www.yemenembassy.org/economic/reports/ccg/ccg_yemen_2008.pdf. retrieved 2008-10-24

¹⁶⁸ Дурани А. Интернет в Афганистане — выгоды и опасения/ А. Дурани. — Режим доступа: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1237151400>

Концепция досуг как деятельность, т.е. форма активной социально-культурной деятельности. Она находит признание в странах с высоким уровнем секуляризации — Турция, Египет, Индонезия.

Первая концепция в большей степени характеризует досуг всего сельского населения стран ислама, а также части городского населения стран первой и третьей группы.

Основные характеристики досуга в исламе включают:

1) ***Досуговые традиции определяются базовыми принципами ислама***, поэтому образ жизни правоверных мусульман претерпевает изменения не столь сильно, как на Западе, несмотря на широкое распространение в отдельных странах средств коммуникации и новых технологий.

Важной частью досуга в исламе является общение с богом посредством молитвы. В бюджете времени правоверного мусульманина молитва занимает значительное место, т.к. ежедневно предполагается пять обязательных молитв, совершаемых с поясными и земными поклонами. В исламской религиозной литературе молитва представляется даже как своеобразная пропаганда здорового образа жизни, действующая эффективнее любого фитнеса, когда дух (в виде произнесения священных текстов) и тело (в виде выполнения физических упражнений) пребывают в гармонии.

В наиболее радикальных странах ислама существует религиозная полиция (муттава), в задачи которой входит контроль за соблюдением мусульманами правильного образа жизни.

Общественные театры и кинотеатры (например, в Саудовской Аравии) запрещены, так как они противоречат принципам ислама, зато популярностью пользуется домашнее видео, в том числе и западного производства.

2) Отмечается ***недооценка рекреативно-развивающего потенциала свободного времени***.

Пропагандируемая религиозно-экстатическая любовь к богу гасит другие интересы личности, в связи с этим:

Не выражено стремление к самообразованию

Следует учесть, что происходящие в середине XX века национально-освободительные революции в исламском регионе привели к поздней (в сравнении с Европой) ликвидации неграмотности – в 1950-1960-е годы. Одновременно с этим процессом в странах ислама распространился самый серьезный «враг» чтения – телевидение¹⁶⁹, а это, в свою очередь, обусловило отсутствие возникновения традиций чтения. Ведущей формой досуга в настоящий момент выступает телесмотрение, сочетающее отдых и развлечение.

¹⁶⁹ Так, в Ливане телевидение появилось в 1959 году, в Египте – в 1960 г., в Саудовской Аравии – в 1965 г.

Не выражено стремление к самореализации через те или иные виды искусства

Ограничения и запреты на изображения людей и животных, существующие в исламе, привели к развитию самобытных направлений в прикладном искусстве — орнаменталистике и каллиграфии, но эти виды досуговой деятельности никогда не имели широкого распространения среди населения. Нормы ислама также не способствуют распространению инокультурных традиций самодеятельности: как уже отмечалось, ислам запрещает лицедейство (следовательно, театр и уж тем более балет не получили должного распространения в исламском досуге). Исключение составляют пение и танец, но, в силу многодетности традиционных мусульманских семей, обучение этим видам деятельности происходит внутри семьи, чаще всего в виде передачи знаний от старших детей – младшим.

Не выражено стремление к физическому самосовершенствованию

Преобладают пассивные виды и формы отдыха. Экстремальные климатические условия (высокий уровень солнечной радиации и высокие температуры, особенно в летний период) способствуют трате больших физических сил в течение дня, поэтому много времени уходит на восстановление сил: популярны послеполуденный сон, просмотр телепередач (особенно – египетские телесериалы, полные любовного мелодраматизма), встречи и общение с друзьями, соседями и родственниками. Спортивные игры и развлечения, популярные на Западе, не приживаются на мусульманской почве в силу того, что существует запрет на обнажение тела как для женщин, так и для мужчин, а без соответствующей экипировки занятия практически теряют смысл. В связи с этим массовый спорт в странах ислама мало развит, а существующие виды национального спорта – соколиная охота, верблюжьи и конные скачки – и ранее, и сейчас характерны малочисленным представителям богатых сословий, не обремененных ежедневным трудом.

3) Отмечается **негативное отношение к формам развлекательно-игрового досуга**, принятым на Западе, поскольку в Коране существует запрет на алкоголь, азартные игры, обнажение тела. В силу этого в странах мусульманского Востока не получили распространения казино, тотализаторы, дансинги, дискотеки, бары и т.п. (исключение составляют крупные города стран второй группы, где уровень секуляризации достаточно высок).

4) Сохраняется **культурная дистанция между полами**, вследствие чего имеются различия в проведении досуга мужчин и женщин.

Основное отличие заключается в месте проведения досуга: для мужчин это, как правило, места вне дома, для женщин – в доме. Обычно

мужской досуг предусматривает практически ежедневные встречи и общение в определенном месте, по-разному называемом у тех или иных народов — чайхана, макга, дом холостяков и, разумеется, мечети. Такие уличные или деревенские клубы, как правило, представляют собой многофункциональный комплекс, состоящий из просветительной, рекреационно-развлекательной, общественной деятельности. Так, во многих исламских странах функционирование подобных клубов приводило к изменениям в общественно-политической жизни страны — возникая спонтанно, впоследствии они перерастали в широкие идеологические движения. Вне зависимости от степени политизированности, их общей чертой следует считать элемент позитивной направленности, выраженной в сплоченности, солидарности и взаимопомощи людей.

Основную аудиторию посетителей выставок, фестивалей, лекций, литературных чтений и театральных постановок также составляют мужчины. Женщины больше заняты домашним хозяйством и детьми (хотя в состоятельных семьях уходом за детьми обычно занимаются няни), они более набожны и склонны соблюдать предписания Корана. Свое свободное время женщины тратят на общение с родственниками, подругами и соседками, на просмотр видеофильмов и телепередач, на уход за своей внешностью. Женщины более, чем мужчины, склонны вести здоровый образ жизни, поэтому не склонны курить (по крайней мере, в молодом возрасте, а если курят — только кальян), ухаживают за телом и лицом, используя натуральную косметику, пищу готовят только из натуральных и свежих продуктов, более того, завтрак, обед или ужин должен быть свежеприготовленными. То, что для европейца является естественным — достать из холодильника и разогреть — практически не приемлемо для жителей стран ислама. Женщины из состоятельных семей в погоне за идеальной фигурой пользуются услугами пластических хирургов, посещают женские фитнес-клубы и салоны красоты, собираются на закрытых женских party, демонстрируя наряды и драгоценности в несколько десятков/сотен тысяч долларов (поскольку жены — визитные карточки своих мужей, показатели их успеха и материального достатка).

Другими словами, сферы досуговых интересов мужчин и женщин традиционно мало пересекаются, хотя на страны с высоким уровнем секуляризации это правило не распространяется: семейные выезды на природу, в парки и зоны отдыха, туристские поездки, отдых смешанной компанией с употреблением алкоголя — вещи вполне приемлемые (как, например, для Турции или Ливана).

3.2. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ПРАКТИКА ИНДИИ

Современная Индия, независимость которой была провозглашена 26 января 1950 года, – федеративная республика в составе 28 штатов и 7 союзных территорий центрального подчинения, которая входит в Содружество наций, возглавляемого Великобританией. Между штатами идет здоровая конкуренция по привлечению прямых инвестиций из-за рубежа для быстрого экономического развития и увеличения занятости многочисленного населения. Число индийцев составляет приблизительно 1,1 млрд. человек¹⁷⁰.

Индия, как и Россия, относится к числу так называемых полиэтнических федераций – наиболее сложноустроенному типу государств.

Этноконфессиональная специфика Индии обусловлена ее полирелигиозностью. Свыше 80% населения исповедуют индуизм, второй по численности приверженцев конфессией Индии является ислам. Мусульмане составляют около 14% населения, остальные религии, в том числе протестанты и католики не превышают по численности последователей 2,5%. Большинство индийских мусульман – сунниты, шииты размещаются локально: в Лакхнау, Мумбаи (Бомбее), Хайдарабаде и ряде районов Гуджарата. В Южной Индии мусульмане тяготеют к городам, где занимаются торговлей и кустарным производством. Как пишет Е.Ю. Ванина¹⁷¹, общие для всех средневековых обществ ценности и элементы мировосприятия способствовали тому, что, несмотря на все этнокультурное и конфессиональное несходство, порождавшее неизбежные конфликты, индусы и мусульмане смогли в целом ужиться на индийской почве. Они выработали в каждом из крупных регионов Индии некий общий культурно-мировоззренческий и поведенческий комплекс, вследствие которого бенгальский, североиндийский или деканский мусульманин по образу жизни был ближе к индусам своего региона, чем к единоверцам за его пределами. Это во многом объясняет ту относительную легкость, с которой султан или падишах занял в индусской картине мира обычное место махараджи – воина, щедрого и справедливого государя, раджпуты и моголы Северной Индии фактически образовали единую надконфессиональную сословную группу. В лице же англичан Индия, не раз подпадавшая под власть чужеземных завоевателей, впервые в своей

¹⁷⁰ Слово «индиец» разнится по смыслу со значением слова «индус». Индиец — это каждый гражданин республики Индии, а индус — это тот, кто исповедует основную религию страны — индуизм, или, как ее часто называют на Западе, религию многобожия.

¹⁷¹ Ванина, Е.Ю. Индийское средневековье - проблемы формирования представлений о человеке и обществе, времени и пространстве/ Е.Ю.Ванина: Автореф.дисс... докт. истор. наук: 07.00.03 / Ин-т востоковедения РАН. - М., 2006. - 39 с.

истории получила правящую элиту, «ментальная программа» которой кардинально отличалась от воззрений местной аристократии¹⁷².

Социокультурная специфика Индии обусловлена кастовым строем, что сказывается на индусах, сикхах, джайнах, христианах и мусульманах. Иерархически организованная пирамида каст обеспечила сосуществование глубоко дифференцированных социальных групп с разным образом жизни и способствовала выработке давних традиций терпимости, характерных для Индии, но сложных для понимания неиндийцами. Так, более двух тысяч лет назад в Индии сформировалась известная система, поделившая общество на замкнутые профессиональные группы-касты. Каждый индеец рождается членом одной из них, всю жизнь занимается той же работой, что его предки, и не имеет ни права, ни возможности изменить свою судьбу. Законы жизни каждой касты записаны в религиозно-правовых текстах и в той или иной степени соблюдаются до сего дня. На социальном дне в кастовой пирамиде находятся неприкасаемые («ачхут») — те, на кого возложен тяжелый физический труд: уборщики, кожевники, рыбаки, мясники, проститутки, бродячие артисты, уличные ремесленники. Самым тяжким в их положении во все века была не столько нищета, сколько социальная изоляция, поддерживаемая путем запрета питаться в обычных столовых, носить нарядные одежды, брать воду из общественных колодцев, возделывать землю и получать образование. Секрет их смирения заключается в искренней религиозности подавляющего большинства индийцев-последователей индуизма, в основе которого — идеология дхармы, определяющая круг обязанностей каждого человека. Их выполнение обеспечивает счастье в следующей земной жизни (можно будет подняться чуть выше по кастовой лестнице), а несоблюдение дхармы ведет к страданиям в будущей жизни. Из этого постулата вытекает как позиция непротivления неприкасаемых¹⁷³, так и социальная политика государства: низшие касты защищает индийская конституция, им открыт доступ в святилища, магазины, увеселительные заведения, разрешено пользоваться общественными колодцами, заниматься земледелием, государство выделяет неприкасаемым бесплатно и

¹⁷² Ванина, Е.Ю. Там же. – С.24.

¹⁷³ С конца XIX века некоторые представители низших каст пытались бунтовать против своей участи. Первым, кому действительно удалось что-то изменить, был неприкасаемый Бхимрао Рамджи Амбедкар. Он чудом сумел получить образование, хотя специальных школ для неприкасаемых тогда еще не существовало, успешно сдал экзамены в Бомбейский университет, был отправлен на учебу за границу, учился в Англии, Германии и США, с докторской степенью вернулся в страну и занял пост министра юстиции. В 1936 году вместе с Махатмой Ганди Амбедкар добился для низших каст квоты в Законодательном собрании Индии, а вместо самого понятия «неприкасаемые» по инициативе Ганди вошло в употребление слово «хариджане» — божьи люди.

Амбедкар мечтал уничтожить кастовую систему в принципе, в конце 1940-х годов стараниями министра в Конституцию Индии вошли статьи, защищающие права низших каст. Но даже закон не смог изменить древнее сознание общества. Тогда Амбедкар решился на крайний шаг и в 1956 году убедил несколько миллионов неприкасаемых отказаться от индуизма и принять буддизм.

гарантирует определенный процент мест в органах власти и в университетах¹⁷⁴. С 1997 по 2002 год президентом Индии был «неприкасаемый» — Кочерил Раман Нараянан.

Несмотря на многообразие кастовых, национальных, лингвистических и религиозных особенностей различных групп населения, индийская цивилизация, насчитывающая уже более 4500 лет, отличается внутренней целостностью.

Специфика социально-культурного развития Индии обуславливается, прежде всего, универсальностью ее духовной жизни. Универсальная архетипическая идея внутреннего преображения и постоянного обновления жизни, как пишет Е.М.Щепановская, позволяет увидеть в культуре Индии то смысловое ядро, которое делает ее одновременно и очень архаичной, и в высшей степени динамичной и современной¹⁷⁵.

Понятно, что мягкий климат Индии способствовал естественности жизни. И можно сказать, что учение о перерождении души потому и стало символом Индии, что базируется на сильной преемственности традиций вопреки богатой событиями истории. Индия «перерождалась» много раз, пропуская сквозь себя культурные влияния¹⁷⁶, поглощавшие ее с точки зрения государственности и сильно видоизменявшие ее культуру — но не затронувшие ее дух: что говорит о внутренней устойчивости при внешней гибкости.

Индийский менталитет, сравнительно равнодушный к материально-техническим благам (что естественно связано с теплым климатом), продолжает уделять значительное, если не сказать преимущественное внимание внутреннему миру души: растворенная в жизни не фанатичная, но всеобщая религиозность, больше имеющая отношение к быту, чем к рационально-этическим установлениям; медитации в школах или мантры, которые на праздниках все поют хором. По сравнению с более рационально-ориентированными культурами (американской, европейской), индийская акцентирует внимание на нюансах чувств (сентиментальность индийских фильмов), поэзии и роли любви. Идею материнства подчеркивает характерное для индийского менталитета уважение к матери, а вниманию к тонким эмоциям внутреннего мира сопутствует сильный акцент на сфере семьи (многочисленные, чуть не каждодневные праздники, которые в основном празднуются внутри семьи, ритуалы, когда сестра на счастье завязывает ленточку брату, жена постится ради мужа или свекровь

¹⁷⁴ См.: Кузнецов, Д. Отверженные / Д. Кузнецов // Вокруг света. - 2007. - N 8(2803). - С. 182-192.

¹⁷⁵ Щепановская, Е.М. Мифологические архетипы как ядро ментальности национальных культур (на примере Индии и Китая). - Режим доступа: <http://www.astrolingua.spb.ru/PHILOS/arch%20mental.htm>

¹⁷⁶ До сегодняшнего дня сохраняется ежедневное почитание обширного индустского пантеона древних богов, вопреки векам буддизма как государственной религии (с III в. до н.э. по IV в. н.э.), колонизации мусульман-моголов (XVI-XVIII вв.) и христиан-англикан (XIX-XX в.).

посылает подарки-угощения невестке по случаю зачатия ребенка). Сегодня в Индии семья — прочный институт, несмотря на демократические завоевания. Если Индия вскоре выйдет на первое место в мире по рождаемости, то не потому, что в стране недостает контрацептивов (медицина в Индии не хуже российской, и считается нормой иметь двоих детей), а потому, что материнство и детство здесь святы.

Взгляд на современную ситуацию с позиции базового архетипа позволяет лучше понять коллективную психологию страны: какие нововведения культура страны легко принимает, а какие «выбраковывает». Так, в Индии психологический акцент на естественности течения жизни, несомненно, повышает чувствительность к экологии и заставляет бессознательно сопротивляться индустриализации; развитию же средств связи (от путей сообщения до компьютера) он способствует. Национальная одежда, народные песни и ручные ремесла не исчезают из быта и не консервируются в качестве этнографических реликвий. В целом Индия не торопится менять свой полудеревенский образ жизни на более материально и технически обустроенный, хотя в определенных сферах (удобство железнодорожного и другого сообщения, компьютеризация) обгоняет Россию. Зато, будучи наследницей древних духовных учений и постоянно создавая новые, культура Индии транслирует их по всему миру, будучи сегодня главным поставщиком духовных идей.

Среди факторов, способствующих сохранению культуры Индии, можно назвать следующие:

1) ***совместное чувство «духа народа», свидетельствующее о единстве нации.***

Здесь важна поддержка «души» народа ее «сознанием»: идеями интеллигенции, СМИ, политикой государственных органов, социальными и образовательными институтами (например, нынешняя политика религиозного возрождения Индии).

2) ***сохранение культурных традиций***, т.е. их живая роль в современном укладе цивилизации, серьезное отношение к ним (например, важная роль праздников, или идеи каст в современном обществе Индии для поддержания определенных сфер культурной жизни: забота браминов о храмах, хотя сегодня это уже не приносит им дохода).

Индия является наглядным примером того, что известный индолог Пол Хакер назвал «инклузивизмом», т.е. способностью включать в себя путем ассимиляции иные культурные модели, в первую очередь философско-религиозные идеи и представления, типы хозяйствования и социально-политической организации. Вся история Индии как древнего, так и новейшего времени, демонстрирует наглядный пример расширения единого в своем изначальном разнообразии культурного

поля индийской цивилизации за счет других традиций: автохтонных племенных верований, ислама и христианства, и их последующего взаимного обогащения. Хрупкий баланс центробежных и центростремительных сил, влияющих на общее положение дел в современном индийском обществе, до сих пор удается поддерживать только благодаря наличию в культуре механизмов терпимости, взаимодополнения и взаимоприспособления¹⁷⁷.

3) *воспроизводство в культуре глобальных ценностей и наличие творческого потенциала на воспроизведение и создание новых шедевров своей культуры.*

Индия в своей политической (с обретением независимости в 1947 г. Индия была провозглашена светской демократической республикой с парламентской формой правления) и экономической (рыночной) модели развития, в отличие от Китая и стран мусульманского ареала, ориентирована на западные схемы и пути, которым вполне успешно следует. При этом, несмотря на свою прозападную направленность, Индия сохраняет свою культурную специфику (наличие большого количества разговорных языков помимо государственных хинди и английского, множество локальных субкультур и религиозных общностей, каст, этнических групп, представители которых зачастую выступают против прозападных проектов и сил, в защиту национальной или даже локальной самоидентичности).

Западноевропейские культурные символы на территории Индии не просто ассимилируются, но претерпевают значительную трансформацию таким образом, чтобы войти в контекст местных культур; стать значимыми и узнаваемыми индийской многонациональной, этнически разнообразной аудиторией. Например, как пишет Н.А. Железнова¹⁷⁸, музыкальный канал MTV, ставший уже «притчей во языцех» во всех статьях и книгах по глобалистике, на территории Индии показывает клипы и транслирует музыку не американской шоу-индустрии, а местной (клипы из современных индийских фильмов). Современная американская музыка в стиле хип-хоп, рэп, панк и т.д. не очень популярна в среде индийской молодежи, которая предпочитает свою местную поп-музыку известных композиторов (таких, например, как Химеш Решшамия) и саунд-треки из кинофильмов. Подавляющее большинство индийских музыкальных каналов на телевидении и радио транслирует исключительно творчество своих исполнителей. Исполнители поп-музыки, (такие как Мадонна) или хип-хопа (50 sent, Busta-Rymes) и рэпа (Eminem) известны

¹⁷⁷ Железнова Н.А. Глобализация: индийский ответ на мировой вызов. – Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=52

¹⁷⁸ Железнова Н.А. Глобализация: индийский ответ на мировой вызов. – Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=52

индийской молодежи, но не являются культовыми фигурами подобно Шахрукх Кхану, Ашварье Рай, Джону Абрахаму или Абхишеку Баччану, чьи лица и образы активно используются в рекламе как транснациональных компаний (Coca-cola и Pepsi), так и индийских фирм, производящих ткани, пищевые добавки, и т.п. Индийская аудитория не воспринимает персонажей голливудских фильмов как свою референтную группу, ей ближе свои киногерои, чья популярность просто поражает воображение, а поклонение индийским кинозвездам граничит с обожествлением (наиболее яркий пример - Амиабх Баччан).

Положительно воспринимаются индийской аудиторией и образцы культурных сплавов, в которых сочетаются западные влияния со знакомыми типами собственно индийской культуры: музыка в стиле bhangra-pop, ведущая свое происхождение от народной музыки сельских районов Пенджаба и Западной Индии, привилась в среде индийской молодежи благодаря посредничеству еще более молодого поколения индийской диаспоры в Бирмингеме и Лондоне.

Культурная специфика страны преломилась в молодежном досуге, который представлен многообразием субкультур во всем мире, но — не в Индии¹⁷⁹. По данным переписи 2001 года, молодёжь в возрасте 13-24 лет составляет 22,6% населения Индии. Из них 70 млн. человек (30%) проживают в многомиллионных городах, а наиболее яркой характеристикой индийского мегаполиса является его культурная, социальная, языковая и религиозная разнородность. К подростковому возрасту индеец уже чётко осознаёт себя представителем той или иной этнической группы (бенгалцы, тамилы, нага и пр.), конфессии (ислам, индуизм, сикхизм и пр.), определённого социального слоя (касты). Принадлежность к этим сообществам формирует его идентичность, во многом определяя образ жизни: поведение, привычки, стиль одежды, интересы, распорядок дня, в том числе досуг. Теоретически, будучи во многом разными, молодые люди не чувствуют психологической потребности к самовыражению через субкультуры. Однако, следует отметить, что на практике это разделение существует все по тем же этноконфессиональным и социальным «линиям разлома»:

Кастовые различия

Индия с её разнообразным ландшафтом предоставляет потрясающие возможности для экстремальных видов спорта: сноубординг, альпинизм, горный велоспорт. Однако, как ни странно, они мало развиты, не говоря уже о городских экстремальных дисциплинах как МТБ, BMX, скейтбординг, агрессивные ролики и пр. Препятствия для их развития обусловлены бытующим в индийском обществе стереотипом, что если ты обеспеченный и образованный, то ниже твоего достоинства интересоваться велосипедами. Только бедняки

¹⁷⁹ Халикова В. Страна без подросткового синдрома. Молодежные субкультуры в Индии: почему их нет? – Режим доступа: <http://www.win.ru/topic/2947.phtml>

ездят на них, а состоятельные люди выбирают машины или крутые мотоциклы.

Основным городом для городского экстремального спорта считается Мумбаи, где к настоящему времени работает несколько школ по скейтбордингу, инлайн скейтингу и др. Однако пока их посещают немногочисленные группы парней, для которых это скорее ещё одно редкое развлечение, но никак не стиль жизни, влияющий на их идентичность.

Этнические различия

В школах и вузах довольно много молодых людей, увлекающихся разными видами спорта: футболом, баскетболом, крикетом, волейболом, традиционным и популярным в Индии видом спорта — кабадди. В спорте практически нет дифференцирования по социально-экономическому фактору, зато заметно влияет фактор этнический. Например, керальцы и индийцы с северо-востока считаются хорошими игроками в футбол.

Уровень материальной обеспеченности

В индийских штатах с благоприятным инвестиционным климатом с начала 1980-х годов значительно возросла численность групп с высоким доходом. Богатство этих групп основано не на земельной собственности или чиновничьей должности, как это было характерно для Индии раньше (и в большинстве штатов, не включенных или слабо включенных в процесс глобализации сегодня), а на оказании профессиональных услуг. Именно эта социальная страта (помимо незначительной прослойки богатых и просто состоятельных людей) и составляет основу среднего класса в Индии, связывающего свои надежды с глобализационными процессами. Таким образом, в Индии появилась прослойка «вестернизированных» родителей, которые предоставляют своим детям свободу и деньги на проведение времени. Соответственно, постепенно появляется небольшая прослойка геймеров (играют с домашних компьютеров), начитанных, разбирающихся в политике, философии, литературе, кинематографе «интеллектуалов» (студенты 17-24 лет из обеспеченных семей), а также «тусовщиков» модных клубов, кафе, ресторанов, кальянных, кинотеатров и развлекательных центров.

Ориентация на самобытность или мультикультурность

Северо-восток Индии — это регион из семи штатов, отличающийся в лингвистическом, антропологическом, религиозном и культурном отношении от остальной страны, наиболее подвержен американскому и корейскому влиянию.

В индийских штатах Нагаленд и Мизорам преобладают субкультуры, сформированные вокруг разных музыкальных стилей, а также эмо, панки, «интеллектуалы». Подростки, имитирующие корейскую культуру, внешне похожи на стиль эмо, но без элементов в розовом

цвете. Они ходят в корейские клубы, некоторые учат корейский язык, слушают музыку, смотрят передачи (на территории Нагаленда транслируется специальный корейский канал «ARIRANG»). Основной акцент делается на корейскую кухню. Экономический статус в самоопределении не играет значимой роли, поэтому подростки из бедных и богатых семей могут собираться в одной компании.

4) влияние Индии на общемировую культуру.

Не только в Индию проникают силы культурной глобализации, но и из Индии исходит все больше моделей культуры. Индийские товары (сари, чай, татуировки из хны, кольца для пальцев ног и ножные браслеты, шали и т.д.) можно встретить и купить во всем мире. Все эти явления в совокупности свидетельствуют о том, что у Индии имеется значительный потенциал для альтернативной глобализации, или «культурной эмиссии»¹⁸⁰, при которой Индия сама выступает в роли страны-транслятора/эмиттера своего культурного наследия вовне и оказывает мощное воздействие на другие (в первую очередь западную) культуры.

3.3. СПЕЦИФИКА СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ЯПОНИИ

Относительная удаленность и замкнутость Японии сформировала особую эмоционально-волевую среду, где ценится не отдельная личность, а коллектив в целом, это наложило огромный отпечаток на особенности культурно-досуговой деятельности в стране. Этно- и социокультурная специфика Японии определяется рядом черт, позволяющих говорить о гомогенности ее культуры на современном этапе, ибо исторически важными признаками японской общности стали:

мононациональность,
единство уровня материального благополучия населения,
высокий уровень урбанизации,
творческое заимствование инокультурных влияний.

1) Япония — мононациональная страна: из более чем 127-миллионного населения¹⁸¹ свыше 99% — японцы. Население Японии исключительно однородно в расовом, этническом, языковом и религиозном отношениях. Синтоизм является глубоко национальной японской религией и в каком-то смысле олицетворяет японскую нацию, её обычаи, характер и культуру. Буддизм в Японии распадается на

¹⁸⁰ См.: Шринивас Т. «Свидание с судьбой». Индийский вариант культурной глобализации. // Многоликая глобализация / Под ред. П. Бепрепа и С. Хантингтона. – М., 2004. – С. 98–128.

¹⁸¹ Portal Site of Official Statistics of Japan. Monthly Report. – Режим доступа: <http://www.stat.go.jp/english/data/jinsui/tsuki/index.htm>

несколько сект и переплетается с местным синтоизмом настолько, что не всегда можно понять, какая секта больше проникнута буддизмом, а какая синтоизмом. Японцы воспринимают себя как "чистую" расу и не стремятся ассимилировать представителей других народов, несмотря на то, что когда-то их нация сложилась из разных потоков переселенцев¹⁸².

Языковая, расово-национальная и религиозная гомогенность японского общества приводит к схожести досугового поведения: одинаково присутствуют как созерцательные виды досуга (медитации, созерцание луны, камней, сакуры и др.), так и физически активные (японские виды единоборств – каратэ, сумо, дзюдо, кэндо, кюдо, айкидо)¹⁸³.

Японские предприятия являются собранием людей с одинаковым образом мышления и одинаковыми оценками различных явлений. Это превращает их сотрудников в чрезвычайно сплоченные, но закрытые коллективы, в некий изолированный мир, ориентированный на достижение определенной цели. При системе пожизненного найма чувство единства с предприятием и чувство зависимости от него резко возрастает. Религиозное сознание японцев и дух коллективизма оказывают влияние на деятельность учреждений культуры Японии: зачастую посетителями какого-либо парка, музея или кинотеатра являются служащие одной фирмы, чрезвычайно высоко развиты формы корпоративного досуга.

2) Японии присуще единство уровня материального благополучия населения: практически все население страны либо является, либо не без оснований причисляет себя к среднему классу. Ежегодные опросы правительства Японии «О жизни народа», проводимые с начала 1960-х годов, включают вопрос о том, к какой категории из пяти относят себя опрашиваемые: «верхнему», «верхнему среднему», «среднему среднему», «нижнему среднему» и «нижнему». Доля относящих себя к «среднему среднему» год от года росла и к концу 1980-х годов достигла 90%¹⁸⁴. Соответственно, вторая половина 1980-х гг. была отмечена значительной активизацией личного потребления. В массе своей потребитель почувствовал себя богаче, обрел уверенность. Потребление стало более индивидуализированным — каждый человек, каждая семья стремились найти свой стиль. Вместе с тем стоит товару или виду услуг войти в моду, прослыть так называемым «хит-товаром», как на него

¹⁸² Япония сегодня: как восходит солнце. – Режим доступа: <http://www.temadnya.ru/spravka/31may2002/1379.html>

¹⁸³ Сумо — разновидность турнирной борьбы, первоначально турниры сумо устраивались во время проведения фестивалей и религиозных праздников в синтоистских храмах. Дзюдо — искусство самозащиты. Кэндо — японский вид фехтования. Каратэ — вид единоборства без оружия. Айкидо — другой вид искусства единоборств, основанный на концентрации собственной энергии для использования силы противника в своих целях. Кюдо — стрельба из лука, также японский национальный вид спорта.

¹⁸⁴ Тебин Н.П. Средний класс по-японски // Независимая газета. – 21.12.2009. – Режим доступа: http://www.ng.ru/ideas/2009-12-21/9_japan.html

возникает массовый спрос; правда, на очень короткое время — до появления следующего «хит-товара».

В современной Японии высоким спросом пользуются современные высококачественные телевизоры, видеомэагнитофоны, стереосистемы, украшения, косметика. В последнее время заговорили о новой «революции красоты» — японцы с новой силой принялись украшать окружающее пространство (дом, рабочее помещение), пробуя себя в качестве дизайнеров. Отсюда — дополнительный спрос на высококласную мебель, предметы домашнего обихода, изысканную посуду.

Особое место в жизни многих японцев занимает автомобиль. Для современного японского потребителя, особенно молодого, автомобиль — символ определенного жизненного стиля, возможность выражения собственного «я».

Для современного японца актуальными становятся другие относительно дорогие виды досуга: выездной и внутренний туризм, шопинг. Так, Япония имеет отрицательное туристское сальдо, т.е. выездной туризм в ней превалирует над въездным (-18,4 млрд. долл., 2006 г.)¹⁸⁵. В 1996 г. закончился 30-летний период бурного развития выездного туризма Японии, пик которого пришелся на 1987-1990 гг. — период реализации туристской программы «Десять миллионов», направленной на развитие выездного потока (уникальная в мировой практике туристская политика). Спад выездного туризма Японии в последнее время связан главным образом с экономическими проблемами. Финансовый кризис АТР 1997-98 гг. ввел страну в состояние экономической стагнации. Уже в течение 10 лет экономика Японии имеет низкие значения прироста ВВП¹⁸⁶. Выезд туристов из Японии за период с 1996 по 2007 г. вырос всего на 3,6% и сейчас ниже отметки 2000 г. на 2,9% (активный выезд японцев в конце 2000 г. был связан с их желанием по-особому отметить наступление нового тысячелетия). Туристы из Японии отличаются высокими удельными тратами, однако сегодня наблюдается снижение средних удельных туристских расходов. Самые высокие траты в 1995 г. имели туристы из Сянганя (3500 долл.) и Аомыня (3000 долл.), японцы оставляли за границей 2400 долл., хотя в туристской литературе и периодике их (и по традиции до сих пор) называли самыми дорогими туристами в мире¹⁸⁷. В 2006 г. японский турист тратил за рубежом в среднем 1534 долл., что является достаточно скромной цифрой в сравнении с тратами туристов, представляющих высокоразвитые страны мира. Это связано с

¹⁸⁵ Tourism Highlights. 2005 Edition. — Режим доступа: <http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.html>

¹⁸⁶ По данным МВФ, ВВП на душу населения в Японии на 2005 год составлял 32 298, на 2008 год — 34501 долларов США (См.: Сайт МВФ. — Режим доступа: www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02)

¹⁸⁷ Outbound Tourism of Japan. Market Profile.- Madrid: WTO, 2000.- 47p.

переходом выездного туризма из элитного в массовый, а также ростом ближних внутрирегиональных поездок.

Спад производства в конце 1990-х годов и высокий уровень безработицы изменили структуру расходов японцев: доля расходов на досуг и развлечения сократилась (на 2,8% в 1997 г.), все большее число японцев начали отдавать предпочтение более дешевым их видам. Вместо заграничных поездок, дорогих баров с караоке или парков типа Диснейленда японцы стали больше выезжать на природу, заниматься садоводством или довольствоваться посещением кино.

Большие массы посетителей собирают универмаги. Шопинг — одно из досуговых предпочтений японцев, которые считают посещение больших универмагов в главных городах страны развлечением и отдыхом. Магазины содействуют этому, предоставляя услуги по присмотру за детьми, предлагая дегустацию продуктов в продовольственных отделах, устраивая художественные выставки и презентации отечественных и иностранных изделий народных ремесел.

Японская семья часто проводит в универмагах значительную часть выходного дня — занимается покупками, знакомится с товарными новинками, смотрит показ моделей одежды или слушает выступление музыкального коллектива. Дети играют на аттракционах, которые почти всегда расположены на верхнем этаже или на крыше (иногда — по соседству с небольшим синтоистским храмом). Потом — обед в одном из ресторанов универмага, обычно их насчитывается не менее 5—7. Универмаги проводят выставки произведений японских и зарубежных мастеров. А основанный в 1930-е гг. универмаг Mitsukoshi интересен и как достопримечательность: он украшен статуями львов, Богини Искренности Магокоро, в здании универмага есть также антикварный орган и театр.

3) Япония имеет высокий уровень урбанизации: 87% населения проживает в городе. Как пишут в аннотации авторы буклета «Эти странные японцы»: «7000 Японских островов вкуче составляют территорию, равную двум третям Франции, чуть больше Германии и точно такую же, как американский штат Монтана. Однако из-за обилия гор, нагорий и вулканических зон обитаемы лишь 25% суши. Население Японии – 125 миллионов, то есть почти половина всего населения Соединенных Штатов Америки. А теперь попробуйте согнать половину всех американцев на четвертушку одного-единственного штата Монтана – и вы получите наглядную картину существования на Японских островах»¹⁸⁸.

В 2006 году в японской столице Токио и прилегающих к ней городах проживало около 35,5 млн. человек. Прогнозируется, что к 2020

¹⁸⁸ Райс Дж. Эти странные японцы/Дж. Райс, Норико Хама, Сахоко Кадзи. – М.: Эгмонт Россия Лтд., 1999. – С.2. – (Сер. Внимание: иностранцы!).

году эта цифра будет увеличена до более чем 37 миллионов¹⁸⁹.

Перенаселенность городов провоцирует ряд негативных характеристик: плохую экологию, высокий темп жизни горожан, как следствие – психологическое напряжение от ежедневно получаемого обширного объема информации, стрессы, астенические синдромы. Сложность взаимоотношений между людьми, забота о продвижении или перемещении по службе, новые условия, связанные с автоматизацией офисов – такой ритм жизни приводит к ухудшению физического и морального состояния людей, увеличению сердечно-сосудистых заболеваний, распространению болезни, получившей в Японии название «кароси» – переутомление от чрезмерных нагрузок на работе. Самый простой способ снять стресс – хорошенько выспаться и отдохнуть, – невозможен при работе в японской компании, которая предоставляет очень короткий отпуск. Вместо этого японские бизнесмены стремятся снять стресс посещениями после работы питейных заведений, баров караокэ, салонов по снятию стрессов с помощью ультразвука, а также аппаратов для релаксации, излучающими альфа-волны. Растет популярность методов снятия стресса, предназначенных, главным образом, для женщин, включая недорогой маникюр, акупунктуру, пресс-акупунктуру и тренировки с элементами боксирования. Популярны гольф, плавание, занятие на тренажерах, аэробика и другие виды услуг, связанные с поддержанием хорошей физической формы (например, массаж). Поскольку досуговая сфера призвана компенсировать неблагоприятные условия существования человека, у горожан также оказываются востребованными: ароматерапия (основана на древнем искусстве кодо – искусстве благовоний), посещение японских общественных бань сэнтō (в основе – обряд телесного и духовного очищения водой (мисоги)), чайные церемонии.

4) Творческое заимствование инокультурных традиций – еще одна важная черта японской общности.

Проблема национальной идентичности всегда стояла перед Японией, поскольку она заимствовала и адаптировала иностранную культуру на протяжении всей своей истории. В контексте глобализирующегося мира происходят значительные изменения в социокультурной сфере, которые сказываются на функционировании и развитии национальных культур, в том числе и японской культуры, чья особенность заключается в том, что в ней соединились традиции Востока и новации Запада¹⁹⁰. Культурную политику Японии в современных условиях сами японцы рассматривают исходя из того, что «глобализация в Японии не привела к гомогенизации, а развивалась

¹⁸⁹ Tann vom Hove. The world's largest cities and urban areas in 2006 and 2020. – Режим доступа: http://www.citymayors.com/sections/rankings_content.html

¹⁹⁰ Мошняга П. А. Особенности глобализации культуры в Японии: философский анализ: Автореф. дис. ... канд. филос. наук: / П. А. Мошняга. – М.: Моск. гуманитар. ун-т, 2009. — 18 с.

динамически, открывая путь большому разнообразию и многополярности»¹⁹¹.

На протяжении большей части своей истории Япония формировала свою культуру на основе заимствования религиозных доктрин буддизма, конфуцианской этико-религиозной системы, искусств и ремесел из Китая (традиционная идентичность), затем, начиная с реставрации Мэйдзи (1868 г.), эта страна стала стремительно вестернизироваться и переориентировалась на Запад (инновационная идентичность). Согласно точке зрения социолога С. В. Чугрова, для японского сознания характерно соединение традиционной идентичности и инновационной идентичности. Так, в Японии сложилась двуединая идентичность: внешняя (институциональная) — западная и внутренняя (духовно-нравственная) — дальневосточная¹⁹².

Пик вестернизации Японии приходится на годы американской военной оккупации (1945-1952 гг.), когда эта страна приобщилась к ценностям западной либеральной демократии. После победы над фашизмом влияние самого Запада и образа западной цивилизации повсеместно возросло, поверженная Япония встала на рельсы западного пути развития. Начался процесс деколонизации, пафос которого состоял в утверждении способности освобождающегося народа самостоятельно, в условиях независимости, осуществить модернизацию по западному образцу.

Модернизации 1950-60-х годов не закончились успехом для многих стран третьего мира, однако бурное развитие Японии не меняло ее национальной идентичности на западную и представлялось не следствием успеха модернизационных теорий, а азиатским чудом.

Долгое время японцы учились у Запада, руководствуясь лозунгом «восточный дух, западные технологии», тем не менее, в последнее время японцы добились таких ощутимых успехов не только в технологическом и экономическом развитии, но и в сохранении своей национальной духовной культуры, что и дух, и технологии стали по праву именоваться японскими.

Слияние древних японских традиций с наиболее важными элементами еврокапиталистической структуры привело к созданию качественно нового стандарта. По мнению японских специалистов, в XXI веке японскую нацию представляет поколение «новых людей». Появление нового поколения — это не просто результат вестернизации или интернационализации. Представители нового поколения, не впадая в крайности традиционализма или модернизма, предпочитают третий вариант, в котором нет определенного постоянства ориентаций. Вместо

¹⁹¹ Аоки Тамоцу. Некоторые аспекты глобализации в современной Японии/ Тамоцу Аоки. // Многополярная глобализация. Под ред. Бергера П. и Хантингтона С. — М., 2004. — С. 96.

¹⁹² Чугров С. В. Япония уточняет свою идентичность перед вызовами глобализации: Восток встречается с Западом/ С. В. Чугров // Глобальные вызовы — японский ответ. — М., 2008. — С. 84.

традиционалистского «обычая» или вестернизированного «собственного мнения» они избирают вариант «в зависимости от обстоятельств».

Итак, расположение страны, численность и демография населения, религиозные верования, экономическая структура Японии находятся в тесном переплетении и прямо пропорционально влияют друг на друга. Многие виды досуга в Японии ведут свое происхождение от древних ритуалов и обрядов, но видоизменяются со временем, поскольку свои коррективы вносит научно-технический прогресс. Многие традиции японцев живы до сих пор и находят свое применение в повседневной жизни. Существование отдельных форм досуга поддерживают различные клубы, фестивали, выставки, соревнования.

Традиционные виды досуга, также как и современные, активно поддерживаются государством и общественными организациями, одинаково присутствуют как созерцательные и физически активные виды досуга, исторически сложившиеся и заимствованные.

КОНЦЕПЦИЯ КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ПОСТМОДЕРНИЗАЦИОННОЙ ЯПОНИИ (1980-Е ГОДЫ)

За последние сто лет Япония неоднократно переживала периоды так называемой интернационализации, причем каждый из них был специфичен:

вестернизация (период модернизации конца XIX в. — начала XX в., когда Япония перестала быть «закрытой» страной),
американизация (период после Второй мировой войны),
японизация (период японского экономического «бума» 1970-х годов).

в 1980-е годы Япония вступила в новый, постмодернизационный период своего развития.

Всякий раз на попытку вторжения чужой культуры японцы отвечали не только активным восприятием и синтезом, но и активным отторжением, которое выливалось в «бум национального самоанализа», подразумевающий фетишизацию исторического прошлого, призывы вернуться к национальным японским традициям, к затворничеству.

После окончания Второй мировой войны (период американизации) Япония поставила перед собой задачу преодолеть отчуждение между японской и западной культурами, больше не приспособляясь к западной культуре, но активно распространяя в мире свою национальную культуру. Эти обстоятельства обусловили такие особенности внешнеполитической культурной стратегии Японии за последние десятилетия, как, с одной стороны, полномасштабный выход японской культуры на международную арену, а с другой —

усиление контроля властей за деятельностью в сфере культуры, создание новых специализированных учреждений для осуществления этой деятельности, а также увеличение бюджетных ассигнований на международную культурную деятельность.

1970-е годы (период японизации) — последняя волна националистического «бума», когда Япония творчески переработала достижения западной культуры и получила звание «страны № 1». На гребне экономических успехов появились концепции уникальности японского национального характера и превосходства японской культуры. Действительно, японизация имела резонанс во всем мире: повсюду открывались школы японских боевых искусств, оригами, икэбана, получил распространение дзэнбуддизм, на европейских и американских предприятиях предпринимались попытки ввести японскую форму и этику патерналистских взаимоотношений между начальником и подчиненным.

Несмотря на живой интерес к «японскому чуду», к концу 1970-х годов во многих странах мира проявилось усиление антияпонских настроений. Выяснением причин непопулярности японцев занялись не только правительственные организации, но и частный бизнес. Стало понятно, что существование на прежних позициях — невосприимчивости чужих культур — уже невозможно: это принесло бы проигрыш в экономическом развитии.

В 1979 г. глава кабинет Охира издал специальный документ «Эпоха культуры», где изложил официальный курс внутренней и внешней жизни Японии на перспективу. В 1980 г. Япония провозгласила политическую доктрину под названием «Эпоха культуры», содержание которой сводилось к следующим положениям:

1) завершился исторический этап «модернизации», когда руководящая роль в международных делах принадлежала странам Европы и США,

2) европоцентристская эпоха «модернизации» сменилась новой «эпохой культуры», которая будет ознаменована появлением общества, воплощающего в себе японский национальный идеал социальных отношений, принципиально отличный от западного¹⁹³.

В указанной доктрине отразились усилия правящих кругов Японии утвердить на международной арене идею культурной идентичности японцев, а также универсальности японских стандартов жизни для всего остального мира. Таким образом, важным фактором перестройки должна была стать *культура*. На правительственном уровне выработалось понимание того, что поддержка культуры — не вынужденная подачка, но взаимовыгодный процесс, поскольку культура оказывает корректирующее воздействие на рыночные кризисы.

¹⁹³ Катасонова Е.Л. Япония: Вызов западной цивилизации? / Е.Л. Катасонова // Япония: Мифы и реальность. — М., 1999. — С. 182–183.

Вложения в культуру в долгосрочном масштабе являются вложениями в экономическую эффективность. Основная суть документа сводилась к следующим направлениям деятельности:

Культура должна стать важным объектом капиталовложений японских монополий.

Одной из первых корпораций, вложивших деньги в популяризацию японской культуры, была корпорация «Мацусита дэнки»: на деньги корпорации была создана галерея японской живописи, выделены гранты американским ученым, работающим над традиционным японским искусством.

Особого внимания заслуживает деятельность фонда Тойоты. Он был основан в 1974 г. и с начала 1980-х годов ориентировал свою деятельность на развивающиеся страны, в частности:

- издание словарей и переводов японской литературы на другие языки;
- организация совместных археологических и этнографических экспедиций японских ученых с учеными других стран;
- программа «Узнай своего соседа» включала взаимные визиты, симпозиумы по гуманитарным вопросам и самобытности культур;
- симпозиумы по проблемам социализации и обучения детей в бiculturalной среде.

Другое направление деятельности — межнациональное общение на уровне личностных связей — предполагало:

- обмен студентами и преподавателями других вузов;
- расширение курсов и кафедр японского языка в других странах (в частности, преподавание японского языка в нашем вузе насчитывает уже более трех десятилетий);
- формирование общественного мнения средствами массовой информации;

Япония занимала ведущее место в развитии сети спутникового телевидения, значительная часть телецентров в странах региона была оснащена японским оборудованием, не говоря уже о бытовой аудио-, видео- и телетехнике. Таким образом, в сознании народов закреплялся образ Японии как страны, дающей возможность приобщиться к многообразию современного мира.

- активный культурный обмен;

Гастроли театра Кабуки и Но, выставки японской живописи, японских фигурок нецке и пр. способствовали тому, что традиционное искусство утрачивало свою закрытость, происходило рассекречивание тайн икэбана, чайной церемонии, воинского искусства и даже — японского стихосложения. В различных странах мира появились последователи, причем не-японцы. Интерес к японской культуре подогревается и в начале XXI века — вспомним хотя бы «суши»-манию,

охватившую мир в последние годы: суши заказывают в ресторанах Парижа, Нью-Йорка, Санкт-Петербурга и Пскова, среди молодежи России модно упоминать это блюдо как любимое. Таким образом, традиционное искусство превратилось в достояние мировой культуры, а не японских монополий.

➤ еще один аспект развития межличностных контактов — помощь в передаче технологий через волонтеров.

Организация «Волонтеры сотрудничества Японии с зарубежными странами» имела многолетний опыт помощи развивающимся странам, осуществляя передачу технологий культивирования риса, ирригации, сферы обслуживания и культуры. Помимо этого, японцы всегда уделяли много внимания психологическим факторам и внедрению японской культуры труда — общая форма одежды, гимн предприятия, этика псевдосемейных отношений в фирме переносились ими не менее эффективно, чем технологические процессы.

Традиционные японские искусства, будучи предметом культурного экспорта, также служили цели распространения японской национальной идеологии. Финансируемая через Комитет по культурным связям с зарубежными странами при Министерстве иностранных дел Организация международных лиг, ассоциаций и клубов по различным видам традиционных японских искусств не без основания рассматривалась многими исследователями как политика культурно-идеологической экспансии, заключающейся в подготовке психологического принятия и положительной оценки японских духовных ценностей.

ЯПОНСКАЯ ПОЛИТИКА «МЯГКОЙ СИЛЫ» (НАЧАЛО XXI ВЕКА)

Для отображения такой ситуации во внешней политике, когда экономическая или военная мощь перестает быть эффективной в условиях информационной революции, а её место занимает более действенная, культурная, мощь, возникло понятие «мягкая сила» («soft power»). Концепция «soft power» была впервые на научно-теоретическом уровне сформулирована американским политологом Джозефом Найем на основании внешнеполитической стратегии США по поддержанию положительного имиджа США в мире и продвижению лучших сторон американской культуры и социальных достижений¹⁹⁴.

Культурная политика Японии на современном этапе реализуется в трех основных направлениях:

¹⁹⁴ Karimova G. Application of Soft Power Strategy on Asian Civilization Space/ G. Karimova // Contemporary International Relations. — 2009. — Vol 19. No. 6. November/December. — P. 21.

1) сохранение культурного наследия (деятельность Японии в рамках программы ЮНЕСКО «Всемирное наследие»),

2) культурное возрождение регионов (развитие «культурной индустрии» в кризисных регионах),

3) внешняя культурная политика (формирование благоприятного имиджа Японии на мировой арене, обеспечиваемое, в том числе, распространением корпоративной японской культуры за рубежом)¹⁹⁵.

1) *Сохранение культурного наследия*

Япония успешно сочетает работу по охране культурных и природных ценностей внутри страны с их популяризацией в мире, добиваясь включения различных национальных объектов в Список всемирного наследия ЮНЕСКО и Список объектов всемирного наследия, находящихся под угрозой. На 2009 год в Списке всемирного наследия ЮНЕСКО значится 14 наименований: 11 культурных объектов и 3 природных объекта¹⁹⁶. Из них 4 культурных объекта признаны шедеврами человеческого гения.

2) *Культурное возрождение регионов*

Другим важным направлением культурной политики Японии является культурное возрождение регионов. Чаще всего наиболее успешными считаются регионы, где существуют предприятия обрабатывающей и добывающей промышленности или большие научно-исследовательскими центры. Однако в современных условиях, когда подобные предприятия закрываются, экономика той или иной страны или региона переориентируется на культуру и туризм как наиболее перспективные отрасли для бюджета. С 1980-х годов в Японии встала проблема возрождения малых городов и деревень. Как указывает японовед Н.В. Стапран, в сложившейся ситуации в Японии достаточно успешно стала применяться политика перевода экономики того или иного региона на «культурные рельсы» или развития «бунка сангё» — культурной индустрии. Это позволило не только создать значительное число новых рабочих мест, но и привело к появлению новых источников доходов для бюджетов регионов¹⁹⁷.

Создание культурной индустрии является проявлением глобализационных процессов, что, с одной стороны, поддерживает экономику регионов и создает привлекательный имидж Японии в мире, а с другой, ведет к коммерциализации культуры, т. е. превращает культуру (главным образом, народную) в товар для продажи,

¹⁹⁵ Мошняга П. А. Специфика культурной политики Японии в условиях глобализации/ П.А.Мошняга // Знание. Понимание. Умение. — 2009. — № 2. — С. 49-57.

¹⁹⁶ Сайт World Heritage Convention. — Режим доступа: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/jp>

¹⁹⁷ Стапран Н. В. «Бунка сангё» или как культура возрождает регионы/ Н.В. Стапран// Ассоциация японоведов России. Японский опыт для российских реформ. Выпуск первый. 2005. — Режим доступа: <http://www.japanassoc.ru/publikacii/nauka/japonskii-opyt-dlja-rossiiskikh-reform-2005-vypusk-pervyi/bunka-sangjo-ili-kak-kultura-vozrozhdaet-regiony.html>

способствуя размыванию, преобразованию и уничтожению национальной и культурной идентичности.

С.Э. Зуев полагает, что проявившийся в последние 10–15 лет интерес к региональной культурной политике, новым формам и способам образования, к самодеятельной культуре не случаен. «Все это институты, позволяющие сохранять и преобразовывать собственную идентичность в условиях глобального культурного рынка»¹⁹⁸.

В контексте идей возрождения народных ремесел следует рассмотреть так называемую «теорию мингэй» («теорию народного искусства»), создателем и популяризатором которой считается философ Янаги Соэцу. Содержание данной теории сводится к эстетизации японских народных ремесел, основанной на модернистских идеях отстранения, новых направлениях в буддизме, западном мистицизме и ориентализме. Современный японский ученый Юко Кикучи считает феномен «мингэй», значение которого преобразовалось в более общий ярлык, обозначающий простой дизайн (ни слишком техничный, ни слишком декоративный), встречающимся повсеместно в сфере ремесел¹⁹⁹.

Следует отметить, что как «теория мингэй», так и культурные артефакты, на ней основанные, преподносились японцами как проявление исконно японской культуры, тем самым они подчеркивали большое значение «мингэй» для сохранения и утверждения национальной и культурной идентичности. Став частью культурной индустрии, продукты в стиле «мингэй» приносят весомый доход в бюджет страны. В современных условиях глобализации народные ремесла и промыслы неизбежно адаптируются к условиям рынка, сочетая в продукте как локальные, так и глобальные черты, т.е. начинает действовать принцип «глокализации»²⁰⁰. Так, в Японии осуществляется мощная пропаганда уникальности того или иного региона через культурную индустрию, что создает привлекательный имидж страны в мире.

3) Внешняя культурная политика

Внешняя культурная политика Японии, как и любого государства, нацелена на создание благоприятного имиджа страны за рубежом, а также на продвижение собственных национальных интересов в мире. В рамках политики «мягкой силы» МИД Японии на государственном

¹⁹⁸ Зуев С.Э. В начале был текст/ С.Э. Зуев // Отечественные записки. 2005. — №4 (24). — Режим доступа: <http://www.stranaaoz.ru/?numid=25&article=1097>

¹⁹⁹ Kikuchi Yuko. Japanese Modernisation and Mingei Theory. Cultural nationalism and Orientalism/ Yuko.Kikuchi. – L., N. Y., 2004. – P.245.

²⁰⁰ Понятие "глокальный" пришло в международный обиход из японского языка и употреблялось поначалу в области бизнеса. Традиционный принцип dochakuka («жить на собственной земле»), означавший приспособление хозяйственных методов к местным условиям, в 1980-е гг. стал обозначать новую и весьма успешную стратегию японского бизнеса — «глобальную локализацию», т.е. приспособление глобальных целей и перспектив деловой активности к местным условиям.

уровне проводит программы по пропаганде японского языка и в последнее время – национальной поп-культуры среди иностранцев, проживающих на территории Японии и за её пределами.

До недавнего времени, как отмечает П.А. Мошняга²⁰¹, национальная поп-культура не рассматривалась властными кругами Японии всерьёз, считалась низменным и поверхностным слоем культуры, которым заниматься не престижно. Однако в рамках политики «мягкой силы» поп-культура оказалась гораздо более эффективной в утверждении национального имиджа за рубежом по сравнению с возможностями национальной элитарной или народной культуры. С другой стороны, трансляция имиджа страны через национальную поп-культуру не всегда может быть воспринята принимающей культурой корректно.

Правительство Японии предприняло первые шаги по регулированию поп-культуры законодательно через Основной закон по продвижению культуры и искусств (2001 г.). В этом законе удостоились специального упоминания манга²⁰², аниме²⁰³ и видеоигры (компьютерные игры).

Манга известны в Японии с самого начала ее культурной истории²⁰⁴. Даже в древних гробницах археологи находят рисунки, чем-то напоминающие по идеологии и структуре комиксы. Практически сразу после появления японской прозы появились и ее иллюстрированные пересказы, в которых текста было немного, а основную роль играли иллюстрации. Распространению манга также способствовали сложность и неоднозначность японской письменности, трудно осваиваемой японскими детьми²⁰⁵.

В первой половине XX века в массовой культуре усилились милитаристские настроения, поддерживаемые военными цензорами: военные финансировали идеологически правильную мангу и запрещали

²⁰¹ Мошняга П. А. Внешняя культурная политика Японии. / П. А. Мошняга // Власть. — 2009. — № 6. — С. 159–161.

²⁰² Манга – буквально: «странные (или веселые) картинки, гротески». Вся культура Японии зиждется на иероглифике — письменности, которая гораздо ближе к картинке, чем любая азбука мира. Как и японская поэзия, искусство манга тяготеет к ценностям невысказанного, а техника создания манга близка японскому кинематографу — те же принципы символизма, те же приемы раскадровки, монтажа. Если американский художник тщательно прорабатывает все детали картинки, то для автора манга достаточно только намек. Время действия они обозначают, например, рисуя за спинами героев восходящее или заходящее солнце, место действия — фоном, на котором происходят события, настроение — рисунком сломанной ветки, падающего листа, слезы, катящейся по щеке. Поэтому японский читатель не рассматривает каждую картинку, вчитываясь в слова диалога. Он скользит взглядом по странице, воспринимая ее как единое целое. (См.: Япония от А до Я: Популярная энциклопедия. – Режим доступа: http://slovari.yandex.ru/~книги/Япония_от_А_до_Я/).

²⁰³ Аниме – японская мультипликация, отличается характерной манерой отрисовки персонажей и фонов. Сюжетами для аниме часто становятся манга.

²⁰⁴ Иванов Б. Введение в японскую анимацию / Б. Иванов ; Фонд развития кинематографии, Регион. обществ. фонд «Эйзенштейн. центр исслед. Кинокультуры». – [2-е изд.]. – М.: Всерос. фонд развития кинематографии: РОФ «Эйзенштейн. центр исслед. Кинокультуры», 2001. – С.8.

²⁰⁵ Геворкян К. Манга: отдушину японца / К. Геворкян // Япония сегодня. — Март. 2000. – С. 15-16.

мангу с политической критикой, заставляя карикатуристов осваивать приключенческие и фантастические сюжеты. То же касается и мультипликации аниме, которую в 1917 году японцы позаимствовали на Западе. Как пишет Б. Иванов²⁰⁶, сохранилась полулегендарная история о том, как в 1942 году в Токио был устроен «закрытый» показ двух трофейных американских фильмов – «Унесенных ветром» и диснеевской «Белоснежки и семи гномов». Особенно зрителей поразила именно «Белоснежка», потому что она была цветная (первый японский цветной фильм был сделан только в 1951 году). Согласно легенде, был сделан неофициальный, но неутешительный вывод о решительном превосходстве американского киноискусства над японским. В том же 1943 году, по решению правительства, Мицудэ Сэо поручили снять первый большой японский анимационный фильм, естественно, агитационного содержания. Им стал 37-минутный «Момотаро – морской орел». В нем в аллегорической форме воспроизводилось знаменитое нападение японской авиации на базу американских ВМС в Пирл-Харборе. Сделан он был для того, чтобы «правильно» рассказать об этом событии детям. Все персонажи этого фильма были разнообразными, но неизменно героическими зверушками.

В послевоенный период Тэдзука Осаму своими работами совершил настоящую революцию в мире манги и сделал мангу основным направлением массовой культуры²⁰⁷. Как и в случае с мангой, решающую роль в истории аниме сыграл Тэдзука Осаму, который предложил отказаться от бессмысленного соревнования с полнометражными фильмами Уолта Диснея и перейти к созданию ТВ-сериалов, превосходящих американские не по качеству изображения, а по привлекательности для японской аудитории.

В 1970-е годы аниме выступило уже сформировавшимся коммерческим искусством, гораздо более популярным в Японии, чем какая-нибудь другая национальная анимация у себя на родине. Были заложены основные жанры – научная и сказочная фантастика, пародия, сатира и юмор, спорт и истории из жизни. Аниме четко разделилось на «мужское» и «женское» и вышло за пределы «искусства только для маленьких детей»²⁰⁸. Начала активно развиваться торговля сопутствующими товарами – записями песен, книгами, костюмами, игрушками, вскоре появилось видео-аниме по мотивам игровых

²⁰⁶ Иванов Б. Введение в японскую анимацию / Б. Иванов; Фонд развития кинематографии, Регион. обществ. фонд «Эйзенштейн. центр исслед. Кинокультуры». – [2-е изд.]. – М.: Всерос. фонд развития кинематографии : РОФ «Эйзенштейн. центр исслед. Кинокультуры», 2001. – С.98.

²⁰⁷ Полякова К.В. Становление семиотической системы американского комикса и японского манга: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / К.В. Полякова. – СПб.: РГПУ, 2004. – С.16.

²⁰⁸ Иванов Б. Введение в японскую анимацию / Б. Иванов ; Фонд развития кинематографии, Регион. обществ. фонд «Эйзенштейн. центр исслед. кинокультуры». – [2-е изд.]. – М. : Всерос. фонд развития кинематографии : РОФ «Эйзенштейн. центр исслед. кинокультуры», 2001. – С.196.

сюжетов, ставших популярными в Японии с изобретением видеоприставок.

Таким образом, аниме и манга стали яркой характеристикой японской массовой культуры, и в 1990-е годы они вышли за пределы Японии, получив признание в США, странах Европы и мусульманского Востока.

Как и в аниме, в японских компьютерных играх принято гораздо большее, чем в американских, внимание к дизайну персонажей, разработке сценария игры, проработке разнообразных мелочей — только это может привлечь покупателей к новым приставочным играм. Естественно, это влияет и на соотношение различных жанров в японских играх: не популярны 3-D «стрелялки» (в стиле Doom и Quake) и эмуляторы, зато имеют успех всевозможные игры-приключения (quest) и «ролевые игры» (Role-Playing Games). Сама идея таких игр пришла в Японию из США, но японцы добавили сложные игровые миры, в которых отразили влияние японской мифологии и философии, профессиональный и нетривиальный дизайн персонажей. Например, в создании одной из таких игр (Chrono Trigger) принимал участие мэтр манги и аниме Торияма Акира.

Учитывая глобальные изменения в культурной политике, в том числе и рост внимания к поп-культуре как важному компоненту государственного имиджмейкинга, японское правительство продолжило работу над регулированием национальной поп-культуры, отведя им особое место в Основной политике по продвижению культуры и искусств (2002 г.) и Второй основной политике (2007 г.). Эти меры позитивно сказались на регулировании поп-культуры (проявлением которой является медиа-искусство) в том смысле, что Агентство по культуре начало спонсировать обучение медиа-артистов, проводить фестивали национальных медиа-искусств в Японии и за границей и т.д.²⁰⁹

Итак, проанализировав три основных направления культурной политики Японии в условиях глобализации, можно сделать следующие выводы: 1) занимаясь активной и плодотворной деятельностью по охране собственного культурного наследия, Япония обращает внимание мирового сообщества на важность «неуловимой культурной ауры», которую легко утратить в условиях поглощения бизнесом культуры, что является одной из крайностей феномена глобализации, 2) японские власти развивают регионы страны, адаптируя традиционную культуру к условиям и законам бизнеса, при этом стремясь сохранить ее, так возникает культурная индустрия, что представляет собой наименее деструктивную для культуры сторону развития глобализационных процессов, 3) та модель корпоративной культуры, которую

²⁰⁹ Мошняга П. А. Внешняя культурная политика Японии. / П. А. Мошняга // Власть. — 2009. — № 6. — С. 159–161.

распространяет Япония за рубежом, эффективно применялась в самой Японии на стадии догоняющего развития, но, ввиду ее группистского и антииндивидуалистического характера, может оказаться тормозом для развития Японии в современных условиях.

3.4. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЕ РАЗВИТИЕ КИТАЯ

ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КИТАЯ

В то время как древние цивилизации Ближнего Востока и Средиземноморья находились между собой в постоянном и тесном контакте, Китай в течение тысячелетий развивался обособленно. Само наименование Китая — «Чжунго» (Срединная страна) говорит о этноцентризме китайцев: Китай — в центре Земли, а вокруг варварские племена. Отношения с северными соседями часто угрожали Китаю весьма серьезными последствиями, они осуществлялись народами, находящимися на более низкой ступени культурного развития и потому не способными оказать позитивное цивилизационное влияние на Китай (отсюда — строительство Великой китайской стены). В связи с этим, по мнению Е.М. Щепановской²¹⁰, Китай представляет наиболее «культурную» (рукотворную) из мировых цивилизаций. Культура Китая — это не только искусство, но и сам принцип искусственности, отграничения культуры от природы. В культуре самым ярким символом отграничения от природно-стихийного образа жизни служит Великая китайская стена, а также то, что китайцы не пили молока в противовес кочевникам-монголам, от которых эта стена их отделила. Социальный контроль над рождаемостью — также искусственное установление, эффективное для Китая, но неэффективное в рамках иных культур (слабая попытка ввести его в Индии в середине XX века сразу же потерпела крах).

Исторически «культурность» Китая обусловлена длительным сохранением на одной территории той же самой цивилизации и государственной системы: соседние варварские народы вводились в орбиту этой культуры, не оказывая на нее значимого преобразующего воздействия. Сознательное отграничение от чужих влияний помогало консервировать культуру: неслучайно в Китае сохранилась самая древняя из используемых ныне письменностей — иероглифы.

Тем не менее, история Китая — это история культурных контактов с индийской цивилизацией и тибетским (ламаистским) влиянием, причем культурный поток был преобладающе односторонним: с запада

²¹⁰ Щепановская, Е.М. Мифологические архетипы как ядро ментальности национальных культур (на примере Индии и Китая). — Режим доступа: <http://www.astrolingua.spb.ru/PHILOS/arch%20mental.htm>

на восток, т. е. из Индии в Китай. В свою очередь, Китай оказывал социально-культурное влияние на южное и восточное направления (в частности, Вьетнам). С XVI века Китай знакомится с европейскими культурными традициями. Соответственно, исторические заимствования приводили к доминированию разных официальных идеологий: примерно с 202 г. до н. э. до 200 г. н. э. — конфуцианства, далее до 1000 г. доминировал буддизм, затем — вновь конфуцианство, а с приходом монголов с 1281 г. — вновь буддизм ламаистского толка. После прихода маньчжуров с 1644 г. вновь происходит постепенное укрепление конфуцианства. Таким образом, конфуцианство как 2000-тысячелетняя государственная религия Китая и сегодня определяет опорные точки бытия китайцев (законопослушность, почитание старших по возрасту и рангу, этика и образование) и носит земной характер по сравнению с другими мировыми религиями.

Суть дао в конфуцианстве заключается в гармонии равновесия сторон (инь и ян). Это равенство Неба и Земли явилось базой сянь-даосизма: идеи достижения телесного бессмертия с помощью духовных и алхимических практик. Идеи сянь-даосизма поддерживали непосредственную заботу о здоровье, развивая телесно-энергетические практики в дополнении к духовным (поэтому однобоко-духовный акцент индусов китайскими учителями в средневековье подвергался критике). Как результат алхимии бессмертия — сегодня в Китае наиболее развитая система традиционной медицины, которая успешно соперничает с так называемой «научной» и превосходит ее в целостном подходе к человеку, основанном на равновесии телесных энергий.

Земной характер религии и функциональное следование закону, даже вопреки истине или ситуации, — одна из ярких черт регламентации жизни Китая на протяжении веков («китайские церемонии»). Регламент определяет эстетическую выверенность произведений искусства, вершиной которого является китайское искусство фэн-шуй: органичная вписанность архитектуры в ландшафт. Акцент с центра личности смещен в сторону безликого закона, поэтому и психология китайцев коллективная (в отличие, например, от индусов, сориентированных на индивидуальную предначертанность судьбы).

КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ СОВРЕМЕННОГО КИТАЯ

КНР стала целенаправленно использовать культуру как инструмент своей внешней политики с момента образования в 1949 году. Основной целью внешней культурной политики на тот период являлось признание Китая на международной арене. КНР использовал в основном культурные и образовательные обмены, а также работал с зарубежными синологами - для контроля их деятельности и влияния на нее. Руководству КНР было крайне важно, чтобы люди, которые профессионально занимаются изучением их страны, имели китайскую точку зрения на события прошлых лет (признание ими японской агрессии, признания правления Коммунистической партии Китая легитимным).

Во второй половине XX века все внимание китайского руководства было сосредоточено на внутренней модернизации и укреплении власти коммунистической партии Китая, а также на решении проблем сепаратизма (остров Тайвань, Тибетская автономия, Синцзян-уйгурский автономный округ), поэтому оно практически не занималось внешней культурной политикой.

В 2003 году была выдвинута внешнеполитическая доктрина КНР — «Мирное возвышение Китая». Суть этой доктрины сводилась к тому, чтобы перейти от «существования во враждебном мире» к политике заимствований у окружающего мира всего того, что могло быть полезным Китаю (технологий, культурных традиций и т.п.). Культура была названа одним из средств мирного возвышения, хотя и не самым главным.

«Мирное возвышение Китая» вызвало широкий резонанс в мировом сообществе: поднялась паника по поводу угрозы Китая для всего мира как следствия его возвышения, поэтому в середине 2004 года председатель КНР Ху Цзиньтао заменил термин «возвышение» на «развитие».

В 2007 году вышла новая внешнеполитическая доктрина КНР, в которой основная ставка была сделана именно на культуру и культурную дипломатию — доктрина построения «гармоничного мира». Официально она была принята на XXVII Съезде Китайской Коммунистической партии, причем не только звучала в докладе председателя, но была внесена в устав²¹¹.

²¹¹ Ху Цзиньтао. Высоко неся великое знамя социализма с китайской спецификой, бороться за новую победу в деле полного построения среднезажиточного общества// Доклад на XVII Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая 15 октября 2007 года. Информационное агентство Синьхуа. - 24 октября 2007. - Режим доступа: http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-10/24/content_6938568.htm

В основу нового внешнеполитического курса КНР легли традиционные конфуцианские ценности – гармония и стремление к «золотой середине», единство без унификации. Такие идеи привлекательны для многих стран: они противопоставлены американскому внешнеполитическому курсу однополярности и подчинения и направлены на создание общемирового единого пространства, основанного на сосуществовании. Сегодня основные проблемы, стоящие перед мировым сообществом, — охрана окружающей среды, борьба со СПИДом и ВИЧ, противодействие международному терроризму — требуют общих усилий, и китайская модель объединения многим кажется намного более подходящей, чем американская²¹².

Основными инструментом, с помощью которого руководства Китая строит «гармоничный мир», является богатство китайской национальной культуры.

Обе китайские внешнеполитические доктрины — «мирное возвышение» и «гармоничное развитие» — являются попытками китайских политиков объединить «жесткую» и «мягкую» силу КНР, и направлены, в первую очередь, на развенчания мифа о китайской угрозе, который основан на несовпадении китайского и западного культурного комплекса. При этом основная цель доктрин — объяснить миру, каким Китай будет по окончании своего развития/возвышения, и как он будет использовать свою силу.

Культурная дипломатия — не новое явление в истории китайской внешней политики, но сейчас появилось ее новое осмысление: долгое время под ней понималась пропаганда (причем в отличие от русского и английского перевода, в китайском это слово не носит негативного оттенка), в рамках которой осуществлялось влияние на идеологию иностранцев, а также практически самореклама китайских достижений.

Китай имеет много преимуществ при использовании культурной дипломатии в своей внешней политике. Во-первых, быстрое экономическое и политическое развитие КНР способствует возрастанию интереса к стране. С каждым годом все большее число иностранных граждан приезжают учиться и работать в Китай, а те, кто не приезжают, смотрят китайские фильмы, читают литературные произведения, написанные китайскими авторами. Из-за активной эмиграции во многих странах есть так называемые «чайна-тауны», которые неформально являются самыми главными центрами китайской культуры за рубежом. Это дает людям возможность увидеть Китай изнутри, не покидая собственной страны.

²¹² Западная философия исходит из принципа объективности, рассматривая мир в форме «мы и чужие», традиционная восточная философия видит мир как «мы и другие», исходя из субъективных позиций.

Во-вторых, Китай — страна с самым многочисленным населением, поэтому китайское руководство может послать тысячи учителей китайского языка, профессоров китайской культуры, истории, политологии как в Институты Конфуция, так и в иностранные университеты и центры синологии.

В-третьих, Олимпийские игры 2008 и Международная выставка Shanghai World Expo 2010 в Китае — это хороший шанс показать иностранным гражданам свою культуру. Шестисторонние переговоры по ядерной проблеме КНДР также проходили в Китае — это способствует утверждению имиджа КНР как неагрессивного государства.

В-четвертых, китайская политика по отношению к соотечественникам, проживающим за пределами Китая — самая беспрецедентная. По данным Международной организации миграции, численность всех зарубежных китайцев в сумме составляет 34,5 млн. чел., что составляет 18,35% совокупной мировой диаспоры²¹³. Последняя волна эмиграции, продолжающаяся и в настоящее время, придает облику мировой китайской диаспоры новые черты, соответствующие вызовам современной эпохи. Эмигранты нового поколения имеют более высокое образование, они рассчитывают на получение за границей интеллектуальной работы, чаще выезжают семьями, направляются преимущественно не в страны Юго-Восточной Азии, а в развитую часть мира: Северную Америку, Австралию, а последнее время также и в Европу. Среди мигрантов из Китая в развитые страны немалый процент составляют квалифицированные кадры. В Силиконовой долине на 2000 г. 53% персонала высокой квалификации составляли иммигранты, в том числе китайцы и индийцы — по 25% (по 15 тыс. чел., включая иммигрантов с Тайваня)²¹⁴.

На практике китайская диаспора является обладателем огромного капитала, технологий, предпринимательского опыта, международных деловых связей. Культурно-языковая общность, экономические стимулы, а также национально-психологические мотивы и традиции делают ее более склонной и более приспособленной к сотрудничеству с этнической родиной, чем все остальные зарубежные экономические партнеры Китая.

Соответственно, политика правительства КНР ориентирована на то, чтобы использовать этот уникальный резерв с максимальной отдачей. Она базируется на предоставлении зарубежным китайцам многочисленных и разнообразных особых прав и льгот производственного и бытового характера, возбуждении их

²¹³ World Migration 2005: Costs and Benefits of International Migration. – Режим доступа: <http://www.iom.int/jahia/page255.html>

²¹⁴ Ларин А.Г. Китай и зарубежные китайцы/ А.Г.Ларин: Экспресс-информация № 2(147). - М., Институт Дальнего Востока, 2008. - С. 8.

национально-патриотических чувств и проявлении заботливого и уважительного отношения к ним.

Вся работа с диаспорой ведется с опорой на авторитет Дэн Сяопина. Его высказывания о зарубежных китайцах изданы отдельной книгой и широко используются в пропагандистском обиходе. Основной пафос его работ составляет мысль о том, что эмигранты (с китайским гражданством) — это часть единой великой китайской нации со своей исторической миссией. Принципиальная новизна подхода Дэн Сяопина состояла в том, что он вписал зарубежных китайцев с их столь необходимыми для Китая экономическими, финансовыми и интеллектуальными «мощностями» в стратегический план возрождения страны, поднял сотрудничество с диаспорой на уровень первостепенных государственных задач, объявил важнейшей функцией государства служение его зарубежным гражданам. Этот подход последовательно проводится в жизнь нынешними руководителями Китая.

Пекин активно выполняет выпавшую ему роль культурного центра всех китайцев планеты. Это отчетливо видно даже с внешней стороны его деятельности: в Китае проходят такие мероприятия, как Всемирные конференции дружбы ассоциаций зарубежных китайцев, Всемирные конференции китайцев, Всекитайские съезды реэмигрантов и родственников, разного рода земляческие встречи. Каждый год из КНР в те или иные страны направляются делегации с целью познакомиться с жизнью находящихся там китайских общин.

Неотъемлемой составной частью диаспоральной политики Пекина является приобщение зарубежных китайцев к китайской культуре — культуре в широком смысле слова, включая и историю, и знания о современном Китае, и китайский язык.

Культурные связи с зарубежными общинами Китай осуществляет в самых разнообразных формах: крупными партиями издается учебная литература по китайскому языку, отечественной культуре, истории, географии; создаются «конфуцианские центры», открываются школы китайского языка, а для работающих там преподавателей — курсы усовершенствования, поездки в Китай на конференции, на совещания по обмену опытом, в летние лагеря и т.д.

Специально для обучения молодых людей китайской национальности из-за рубежа в КНР существует несколько вузов, находящихся в ведении Эмиграционной службы Госсовета: Цзинаньский университет в Гуанчжоу, Университет хуацяо²¹⁵ и Пекинский институт китайского языка и литературы. Для этой молодежи организуют поездки на материк, именуемые «Приникнем к китайским корням», а также туристические путешествия.

²¹⁵ Хуацяо — выходцы из Китая, проживающие в других странах

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. 1. Охарактеризуйте специфику социально-культурного развития в странах ислама первой, второй и третьей группы.

2. В чем причина недооценки рекреативно-развивающего потенциала свободного времени в исламе? По каким причинам массовый спорт не получил широкого распространения в странах ислама? В чем выражается ориентация населения стран ислама на здоровый образ жизни?

3. Перечислите особенности социально-культурного развития Индии.

4. Перечислите специфические черты японской культуры и основные этапы развития японской культуры с конца XIX века.

5. В чем состоит причина разработки документа «Эпоха культуры» в Японии. Каковы основные направления документа «Эпоха культуры»?

6. Каковы основные направления японской политики «мягкой силы» на современном этапе?

7. Перечислите особенности социально-культурного развития Китая на современном этапе.

8. Сравните культуру США, ЕС, Китая, Индии, Японии и мусульманских стран Азии и Африки по различным критериям (соотношение интернационального/национального в культуре; городской/сельской культуры; массовой/элитарной культуры; светской/религиозной культуры).

4.1. СПЕЦИФИКА СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ В АВСТРАЛИИ

Формирование самосознания австралийцев как особой нации произошло на рубеже XIX-XX веков. Особое место в нем занял специфический австралийский ландшафт bush (кустарник, заросли), покрывающий огромную часть континента. Это слово стало символом оппозиции как городу, так и всей старой Европе, оно воплотило в себе особый стиль жизни и отношений, воспетый австралийскими писателями и поэтами.

В этот же период времени была официально провозглашена Федерация Австралийский Союз (1 января 1901 г.), войдя на правах доминиона в Британскую империю.

На сегодняшний момент специфика социокультурной ситуации Австралии характеризуется рядом черт:

Ориентация на принципы мультикультурности;

Единство городской и сельской культуры;

Косвенное участие государства в развитии культуры континента;

Преодоление естественной географической изоляции от цивилизованных стран путем развития межкультурного диалога.

Ориентация на принципы мультикультурности. В 1901–1960 гг. проводилась политика ассимиляции «Белая Австралия». В течение нескольких десятилетий иммиграционная политика Австралии благоприятствовала пользователям английского языка, а образовательная политика, в свою очередь, отдавала предпочтение быстрой ассимиляции. Уникальной характеристикой языковой ситуации Австралии в середине XX века стало количество и разнообразие языков, на котором говорило население Зеленого континента. Помимо нескольких вариантов английского языка, насчитывается около 150 языков коренного населения (на 50 из них говорит не больше сотни человек). С середины XX столетия иммиграционные волны принесли в Австралию по разным данным от 75 до 100 языков, 11 из которых являются языками регулярного бытового общения²¹⁶. В связи с этим, в 1960-е годы на смену политике ассимиляции пришла политика интеграции.

²¹⁶ На итальянском языке говорят 416 000 «новых австралийцев», греческом – 227 000, сербо-хорватском – 141 000, китайском – 139 000, арабском – 119 000, немецком – 111 000, испанском – 74 000, польском – 68 700, вьетнамском – 66 000, голландском – 62 000, мальтийском – 60 000, французском – 53 000 (См.: Clyne M.G. Language Planning in Multilingual Australia // New Language Planning Newsletter, 1988. - № 2. - P. 1-5.).

Пересмотр иммиграционного законодательства в 1966 г. положил конец политике «Белой Австралии», открыв каналы иммиграции для не-европейцев, обладающих высокой квалификацией. Австралийское правительство начало признавать этническое, религиозное и культурное разнообразие (при условии, что оно не угрожает единству австралийского народа) и проповедовать социальное согласие, взаимопонимание и толерантность в австралийском обществе.

Сам термин «мультикультурализм», означающий признание, принятие и уважение культурного многообразия населения страны, был введен в политический оборот в 1973 г. С тех пор политика мультикультурализма в Австралии обрела институциональную структуру. В 1970-е годы сложились структуры, на которые была возложена забота об этнических общинах (например, Australian Institute of Multicultural Affairs), специальный телеканал и радиопрограмма, ориентированные на переселенцев, начали вещать на многих языках, образование в школах перешло на мультикультурную систему и т.д.

В основе такой политики лежало фольклористическое понимание этнических меньшинств. Мероприятия администрации, официально призванные поддерживать этнические общины, по сути дела, их конструировали. Представление об этнических меньшинствах как о замкнутых культурно однородных сообществах ошибочно. Индивиды, которых по языковому признаку или признаку происхождения причисляют к определенной этнической группе, на деле входят в состав различных групп; членство в них не задано им от рождения, а определяется экономическими, социальными и культурными факторами. Модель «мультикультурного общества», функционировавшая в Австралии с середины 1970-х до середины 1980-х годов, игнорировала это обстоятельство, что обрекало иммигрантов на необходимость отождествлять себя с определенной «общиной», склоняя к самоизоляции и создавая опасность этнизации социальных различий и отношений.

Однако во второй половине 1980-х мультикультурная политика в Австралии была пересмотрена и ее этноцентристская модель заменена гражданской, которая не придавала «этноспецифического» характера доступу к общественным благам. В 1987 г. правительством страны с целью разработки политических рекомендаций на следующее десятилетие и реализации мер содействия развитию культурного многообразия был учрежден Национальный консультативный совет по вопросам мультикультурализма. Его рекомендации легли в основу программы правительства «Новая повестка дня для мультикультурной Австралии».

Австралийские государственные учреждения были обязаны ежегодно отчитываться о «равнодоступности и равенстве». Отныне мультикультурализм стали формулировать, прежде всего, в терминах

реального равноправия граждан. На передний план выступала уже не поддержка этнических меньшинств - приоритет был отдан обеспечению конституционных прав, причем акцент переместился на социальные права. Опубликованная в 1989 году National Agenda of Multicultural Australia выделила три измерения мультикультурной политики:

- культурную идентичность,
- социальную справедливость,
- экономическую эффективность.

Первый пункт закреплял за каждым гражданином право на культурную реализацию (в том числе языковое и религиозное самовыражение), причем право на выбор культурной идентичности предоставлялось всем гражданам. Этничность (как и языковая и религиозная принадлежность) не закреплялась за индивидами или группами в качестве неотъемлемого свойства; считалось, что она - плод свободного решения. Второй пункт предполагал правовые гарантии равенства возможностей и отсутствия социальной дискриминации на основании цвета кожи, пола, конфессии и т.д. Наконец, третий пункт означал поощрение талантов граждан независимо от их происхождения (но желательно с гуманитарной точки зрения и экономически полезных обществу).

С 1980-х годов государство начало выделять небольшие средства на поддержку этнических организаций. Создана государственная телерадиокомпания SBS, вещающая на 68 языках иммигрантов и языках австралийских аборигенов. В частности, есть программы на украинском, русском, белорусском языках, на трех прибалтийских языках, на идиш и древнееврейском языке, а в 2007 году в стране появилось Национальное телевидение аборигенов Австралии, позволяющее с помощью телеуроков изучать языки аборигенов.

Единство городской и сельской культуры. В отличие от Европы и Северной Америки, в Австралии недостаточно земель, пригодных для занятий сельским хозяйством. Население распределено по материке крайне неравномерно, и почти все сосредоточено в восточной и юго-восточной частях страны, преимущественно в больших городах. В связи с этим Австралия является высоко урбанизированной страной, 64% ее населения проживает в крупных городах, а разрыв в качестве жизни между большими городами и провинцией все более стирается.

И городская, и сельская культура в основе своей имеют систему ценностей, берущих начало от каторжников и ранних колонистов. Самый известный австралийский разбойник Нед Келли протестовал против бедности и несправедливости британской классовой системы, которая экспортировалась на континент вместе с заключенными. На золотых приисках 1850-х годов искатели изображались в рассказах и песнях как романтические герои, хулиганы и плуты, которые выбирали демократию и социальное равенство.

Борьба этих сомнительных героев за «справедливость и свободу» стала частью национальной культуры и вдохновила множество австралийских авторов на создание книг и фильмов, воспевающих образ «неистового австралийца». Этот образ очень похож на образ американского ковбоя, о котором уже шла речь выше, однако неистовый австралиец, будучи порождением более позднего времени, выглядит более романтичным (достаточно вспомнить образ охотника за крокодилами из фильмов «Crocodile Dundee»)²¹⁷.

Как сельские, так и городские австралийцы ассоциируют себя с этим образом, отсюда — любовь австралийцев к спорту и отдыху на природе. Так, более 80% австралийцев живут в пределах 50 километров от побережья, поэтому воскресные тренировки, рыбалка, семейные выезды с барбекю проходят на пляжах. Также здесь проходят праздники с танцами на песке, фейерверки на пляжах в Сиднее и в Аделаиде. Многие пляжи принимают церемонии в День Австралии и Рождество (пляже Бондай люди собираются в колпаках Санта-Клауса и купальных костюмах).

4.2. УЧАСТИЕ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРЫ АВСТРАЛИИ

Косвенное участие государства в развитии культуры. В Австралии ни на федеральном уровне (правительство Австралийского Союза), ни на уровне штатов нет четко сформулированного и зафиксированного документально плана культурной политики, хотя в официальных программах основных политичесеств партий отражены практически все проблемы, относящиеся к этой области. Культурные учреждения и фонды формулируют свои предложения по вопросам развития культуры и ее финансирования, составляют программы осуществления тех или иных проектов и указывают на приоритетные направления, а правительственные структуры принимают соответствующие решения.

Первоочередной задачей культурной политики федерального правительства является обеспечение права этнических меньшинств на самостоятельное культурное развитие. Наибольшее внимание уделяется: *поощрению национальных талантов* (выявление особо одаренных людей и оказание им всемерной поддержки; стимулирование каждого индивида к совершенствованию в той или иной сфере); *просветительской работе* среди различных групп населения о непреходящем значении любого культурного наследия. Важно, что в обществе растет осознание тесной взаимосвязи между сохранением национальной самобытности и общим уровнем развития культуры в стране.

²¹⁷ О национальном герое-охотнике Арвиде фон Блументалсе, известном как Крокодил Гарри, снято также 20 документальных фильмов. За свою жизнь он поймал около сорока тысяч крокодилов.

В наибольшей степени делами культуры занимается Министерство культуры, спорта, по вопросам окружающей среды, туризма и территорий (DASETT - Department of the Arts, Sport, Environment, Tourism and Territories). Однако другие министерства также имеют отношение к вопросам культуры: например, Министерство иностранных дел (Department of Foreign Affairs), в том числе отвечающее за программы по культурному обмену, Министерство иммиграции и по делам этнических групп (Department of Immigration and Ethnic Affairs). Кроме того, правительство Австралийского Союза специально учредило ряд государственных должностей, призванных курировать отдельные направления культурного развития (сохранение культурного наследия, расширение сети национальных галерей, усовершенствование национального радиовещания и телевидения и пр.).

Важную роль в культурной политике Австралии играют правительства штатов. Они не только принимают деятельное участие в национальных программах культурного развития, но и составляют собственные, изыскивая средства на их осуществление.

В Австралии ни на федеральном уровне, ни на уровне штатов нет специального законодательства в области культуры. Принимаются отдельные нормативные акты, регламентирующие деятельность тех или иных культурных организаций, государственных служб или конкретных лиц. Важное место в законодательстве страны занимают принятые Австралией Международная конвенция об авторских правах, и государственный билль о защите авторских прав (1988), а также нормативные акты в области культуры, принятые Министерством культуры, спорта, окружающей среды, туризма и по делам территорий.

В Австралии ни на федеральном уровне, ни на уровне внеправительственных структур не составляются планы культурного развития страны. И, тем не менее, в этой области наблюдается хорошая организация. Этим занимаются:

Объединение по культурным мероприятиям Комиссии по австралийским фильмам (финансирование программ, направленных на приобщение австралийцев к искусству кино, помощь в проведении форумов, семинаров, конференций по различным проблемам культуры, эстетики, национального кино и видеопроизводства и пр.);

Национальная библиотека Австралии (координация деятельности публичных библиотек страны по формированию коллекций и в области управления);

Министерство культуры, спорта, окружающей среды, туризма и по делам территорий (реализация программ по сохранению и пропаганде культурного наследия страны, в первую очередь, национальных коллекций; совершенствование информационной деятельности в области культуры);

Объединение по культурному развитию землячеств при Австралийском Совете (создание условий для активного участия национальных общин и землячеств в развитии коренных культур; составление программ обучения, в том числе традиционным ремеслам; совершенствование теории и практики культурного развития этнических меньшинств; поддержка местных организаций, этнического радио и телевидения).

Центральным органом, контролирующим развитие индустрии культуры, является Австралийское Бюро Статистики. Согласно разработанной им структуре, сферой индустрии культуры охвачены: памятники и «музеи под открытым небом»; литература и библиотеки; музыка; сценические искусства; изобразительное искусство и музеи; кино- и видеопродукция; общественные и правительственные организации, занимающиеся вопросами культуры и досуга; спорт, развлечения; естественная природная среда.

Федеральное правительство и правительства штатов оказывают значительную финансовую поддержку культуре, в первую очередь, благодаря действующим программам льготного налогообложения культурных учреждений. Также поощряются дары и пожертвования культурным организациям от частных лиц путем освобождения потраченных сумм от подоходного налога.

В Австралии нет специальных банков, учрежденных для финансирования программ культурного развития. Кроме коммерческих структур и частных лиц, финансовую помощь культуре предлагают некоторые частные фонды. Среди них можно выделить: Фонды Майера (поддержка исследовательских проектов и представление австралийского искусства за рубежом); Фонд Петера Стейвесанта (ратует за развитие национальных искусств); Фонд штата Юта (помогает австралийской общине и ассигнует значительную часть от ежегодных субсидий на культурные проекты).

По данным статистики, с конца 1980-х годов общая сумма, выделяемая государством на нужды культуры, составляла около 1,7% от совокупного бюджета страны (для сравнения – в России в 2010 году при поддержке культуры государством на культурные нужды выделяется менее 1 процента российского бюджета)²¹⁸. Половина (50,1%) этой суммы приходилась на федеральное правительство, 35,4% – на правительства штатов и территорий, и оставшиеся 14,5% – на местные органы власти.

Преодоление естественной географической изоляции. Австралия является участницей Конвенции ЮНЕСКО «О сохранении Всемирного культурного и природного наследия» практически с самого

²¹⁸ Авдеев просит увеличить ассигнования на культуру вдвое. – Режим доступа: <http://cultureonline.ru/smi/detail.php?ID=87628>

начала, а именно с 1974 года. Первые три австралийских объекта появились в Списке Всемирного наследия в 1981 году, т.е. через четыре года после официального его открытия. В их числе были два выдающихся объекта смешанного (природного и культурного) наследия. Ими страна сразу же обозначило свой профиль среди глобальных ценностей: природное наследие и культурное наследие аборигенов.

Австралия активно действует по пропаганде своих объектов Всемирного наследия. В результате, большинство из них достаточно хорошо известны и популярны в мире, несмотря на территориальную оторванность страны от Старого света и большей части Нового света (Большой барьерный риф, остров Маккуэри, острова Херд и Макдональд). Объявив их объектами Всемирного наследия, Австралия много делает не только для их охраны, но для широкой популяризации в мире. Сам факт их присутствия в Списке Всемирного наследия привел к резкому увеличению туристских потоков с соответствующими позитивными экономическими последствиями. В настоящее время Австралия один из признанных мировых лидеров сферы туризма. В современной экономике страны туризм занимает второе место по формированию национального дохода (более 30 тыс. долларов США на душу населения) после горной промышленности.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие факторы повлияли на формирование самосознания австралийцев как особой нации
2. Какие черты характеризуют специфику социокультурной ситуации Австралии?
3. Чем этноцентристская модель «мультикультурного общества» Австралии отличается от гражданской модели?
4. Охарактеризуйте позицию государства в развитии культуры Австралии.

РАЗДЕЛ II. ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ РАБОТЫ С НАСЕЛЕНИЕМ ЗА РУБЕЖОМ

ГЛАВА 5. СОЦИАЛЬНО ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА НАСЕЛЕНИЯ ЗА РУБЕЖОМ

5.1. СОЦИАЛЬНОЕ ВОСПИТАНИЕ ПОДРАСТАЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ И ЕГО ВЗАИМОСВЯЗЬ С ДРУГИМИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ ЗА РУБЕЖОМ

ОПЫТ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СКАУТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Сегодня продолжают многочисленные попытки возрождения молодежного движения как в России, так и в постсоветских государствах. Рост числа общественных организаций молодежи показывает потребность в движении, объединяющем молодежь. Тем не менее, о сколько-нибудь успешных опытах говорить пока не приходится. Неудачу объясняют нехваткой денег, отсутствием качественных методик, адекватной ситуации и прочими причинами. Главной же — нет идеи, объединяющей молодежь.

Наибольшую активность при возрождении молодежного движения в России проявили скауты²¹⁹. Скаутское движение получило большое распространение в англоязычных странах и в Западной Европе с начала XX века. Именно на базе философии скаутов в Советском Союзе была создана и успешно функционировала пионерская организация.

На протяжении своей истории скаутское движение претерпевало изменения, развивалось и модернизировалось на фоне общеисторических событий в мире и национальных государствах, видоизменялось и его содержание, но в главном, в сущностном смысле оно оставалось неизменным²²⁰. В Конституции Всемирной организации скаутского движения обозначено, что скаутское движение является добровольным, неполитическим воспитательным движением для молодых людей, открытым для всех, независимо от их происхождения, расовой принадлежности или вероисповедания, в соответствии с целью, принципами и методом, разработанным основателем движения. Соответственно, целью движения является содействие развитию молодых людей для достижения их полного интеллектуального, общественного и духовного потенциала как индивидуумов, как ответственных граждан и как членов местных, национальных и

²¹⁹ Слово «скаут» (от английского scout) означает «разведчик».

²²⁰ См.: Ярмольчук А. В. Скаутское общественное движение в России в XX веке: история и современность / А. В. Ярмольчук: Автореф. дисс... кандистор. наук: 07.00.02. – М., 2004. — 19 с.

международных сообществ, а принципы скаутского движения включают:

Долг перед Богом (приверженность духовным принципам, верность религии, которая их выражает, принятие вытекающих из этого обязанностей),

Долг перед другими (верность своей стране в гармонии с развитием мира, взаимопонимание и сотрудничество на местном, национальном и международном уровнях. Участие в развитии общества с признанием и уважением достоинства соотечественников и целостности природного мира),

Долг по отношению к себе (ответственность за собственное развитие)²²¹.

Исходя из скаутских принципов, а также имея в виду, что в США около половины региональных объединений скаутов финансируются религиозными организациями, можно сделать вывод о значительном влиянии церкви на воспитание подрастающего поколения²²².

Также особенностью скаутского движения является разделение на мальчиков и девочек в соответствии с принципами исторического обустройства общины, где традиционно роль мужчины и женщины отличалась. Если в организациях бойскаутов главное внимание традиционно уделяется физическому самосовершенствованию, туризму, занятиям по изучению техники и овладению навыками самостоятельной жизни, то в объединениях герлскаутов девочки получают знания и необходимые навыки, касающиеся ведения домашнего хозяйства, будущего материнства, ухода за детьми и больными, изучения искусства, способов выращивания цветов, овощей и фруктов. Одним из направлений работы герлскаутов является организация «поездов искусства», впервые появившихся в 1960 г. Девочки выезжают с концертами художественной самодеятельности из столиц на периферию, из городов в небольшие населенные пункты и — наоборот. Некогда целью герлскаутов было воспитание девушек «с высокими идеалами, утонченным поведением, патриотов, чутких и отзывчивых». Со временем этические принципы движения несколько изменились. Главными задачами сделались самосовершенствование и самореализация. Именно за успех в этом направлении участницы движения награждаются специальными знаками отличия.

Клубное объединение девочек-скаутов существует отдельно от «мальчикового», но имеет те же принципы и цели.

Первоначально в скаутские отряды входили дети из обеспеченных слоев населения, и по сей день представители аристократии

²²¹ Всемирная организация скаутского движения. — М., 1991. — С. 9-11.

²²² Финансовая база клуба, помимо прочего, основывается на членских взносах, пожертвованиях от благотворительных фондов и филантропов, прибыли от собственной деятельности.

подчеркивают свою принадлежность к скаутским организациям: так, патронессой Ассоциации британских бойскаутов является королева, многие президенты зарубежных стран являются почетными членами скаутских организаций. Однако в современных условиях молодежные организации пытаются охватить как можно большее количество подростков. Для детей из бедных семей и национальных меньшинств были введены специальные программы (например, программа «Стартовые возможности»), направленные на обучение, организацию досуга и присмотр за маленькими детьми.

Скаутская организация осуществляет дифференцированный подход к воспитательному процессу с учетом возраста и, соответственно, интересов ребенка. Так, для мальчиков имеют место три возрастных программы («Скауты-новички», «Скауты-мальчики», «Скауты-исследователи»), а герлскауты делятся по возрастным категориям на «Домашних», «Начинающих», «Кадетов» и «Старших». Каждая группа занимается по программам, соответствующим возрасту ее членов. «Старшие», например, ухаживают за больными, заботятся о младших детях, работают в музеях, принимают участие в программах по защите окружающей среды.

Все программы (независимо от пола и возраста) включают воспитание гуманности (скауты принимают участие в благотворительных мероприятиях, помогают работникам специализированных учреждений для инвалидов и безнадежных больных), патриотизма (воспитываются такие качества, как национальное самосознание, самоуважение, честь, мужество, уважение к обычаям, культуре и языку человека любой национальности)²²³.

Проводятся экологические акции, т.к. лозунги скаутов гласят: «Я сделал все, что от меня зависит, чтобы защитить и сделать лучше мир вокруг меня» и «Я сделаю все от меня зависящее, чтобы бережно расходовать ресурсы».

Скауты осуществляют свою профориентационную программу, проводя регулярные занятия технико-производственного плана. Их цель — приобщение к трудовой деятельности, распространение знаний об отечественной и зарубежной технике, организации труда, включение молодежи в процесс совершенствования и развития современных технологий. Для герлскаутов организовываются лекции по журналистике, медицине, бухгалтерскому учету. Бойскаутов знакомят со спецификой морских, авиационных и военных профессий.

Таким образом, вековой опыт скаутского движения не утратил своей актуальности и соответствуют сегодняшним потребностям, так как имеют серьезную методическую базу. Цели и задачи скаутского движения, состоящие в подготовке воспитанников к самостоятельной

²²³ См.: Pryke S. The popularity of nationalism in the early British Boy Scout movement/ S. Pryke // Social history. – 1998. — Vol.23,N3. – P.309-324.

взрослой жизни, в содействии их развитию как ответственных граждан и как активных членов местных, национальных и международных сообществ, соответствуют идеалам государственности и не идеологизированы. Содержание учебно-воспитательных, познавательных и развлекательных программ, разновозрастные проекты, каждое проводимое мероприятие направлены на решение общей задачи — целенаправленное развитие физического, интеллектуального, социального и духовного потенциала каждого ребенка²²⁴. Формы и методы работы, применяемые у скаутов, направлены на развитие социально-культурной активности, открывают простор для инициативы, творческого поиска, что позволяет поддерживать высокий уровень самоорганизации в сфере досуга.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЕЖИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ КЛУБНОГО ТИПА (НА ОПЫТЕ США)

Проблема трудового воспитания и профессиональной ориентации подростков и молодежи — вечная проблема, которая всегда интересовала и будет интересовать общество и отдельную личность. Россия в этом отношении не является исключением, тем более что за последние десятилетия стройная система профориентации, которая сложилась в СССР, была разрушена, а в новой постсоциалистической России она так и не поставлена. Возможно, практическое решение этой проблемы возможно при условии изучения мирового опыта.

Усиливающиеся в последнее время тенденции взаимосвязанности и взаимозависимости стран и народов современного мира, глобализация экономики, науки и культуры приводят к тому, что решение многих проблем современности невозможно без выхода за рамки одной определенной культуры, тем самым обуславливая важность изучения мирового опыта в разных сферах общественной жизни и разных областях научного знания²²⁵. Культурно-досуговая деятельность является исходной точкой для профессиональной самореализации каждой личности в течение всей дальнейшей жизни, а не только во время учебы в школе или вузе. Исходя из сказанного выше, становится понятным усиленное внимание к трудовому воспитанию подростков и молодежи в англоязычных странах.

Обратимся к американскому опыту. Начиная с 1970-х годов, в США особенное распространение получили клубы профориентации типа

²²⁴ См.: Ермолин А. А. Социально-нравственное воспитание подростков в условиях молодежного объединения "Новая цивилизация" / А. А. Ермолин: Автореф. дисс... канд. пед. наук : 13.00.05. — М., 2002. — 23 с.

²²⁵ Пузырева О. И. Совместная работа школы, семьи и общины по обучению и воспитанию сельских школьников в США / О. И. Пузырева: Автореф. дисс... канд. пед. наук : 13.00.01 / Рязан. гос. пед. ун-т им. С.А. Есенина. — Рязань, 2005. — С.3.

«Достижения молодых», целью которых было ознакомление подростков с системой предпринимательства, обучение их профессии менеджера, а также клубы «Будущие бизнесмены», «Будущие домохозяйки Америки», «Будущие фермеры Америки», «4-эйч».

Клубы «Будущие бизнесмены»

Сеть клубов «Будущие бизнесмены Америки» находится под контролем деловых кругов, для которых клубы профориентационной направленности являются базой для поисков талантов среди молодежи, поэтому в клубы принимаются подростки старшего школьного возраста.

Школьники, помимо обучения бизнесу, участвуют в праздниках, конкурсах и презентациях программ профориентационных направлений и должны выбрать свой путь: экономиста, менеджера, маркетолога и т.д.

Молодежь привлекается к проектам, осуществляемым клубными институтами. К примеру, программа «Одевайся со вкусом всю неделю» проводится совместно с Американским институтом одежды для мужчин и мальчиков-подростков. Ассоциация пропагандирует современную модную одежду для школы, работы, отдыха (спортивных занятий, уик-энда, вечеринок и т.д.). Участие в подобных программах, по мнению их руководителей, помогает школьникам овладеть многими навыками и знаниями, расширяет мировоззрение.

Национальная организация «Будущие фермеры Америки» (National FFA Organization)

В начале 1920-х в штате Вирджиния под руководством Генри Гросеклоуза, пионера в области профессионального сельского хозяйства, была сформирована первая клубная организация для мальчиков из сельскохозяйственных классов. Впоследствии к виргинским клубам присоединились Канзас-Сити, Аляска, Род-Айленд. В 1969 году девочкам также было разрешено стать его членами. Клуб с тех пор изменил свое название с Future Farmers of America (Будущие фермеры Америки) на National FFA Organization (Национальная организация будущих фермеров Америки)²²⁶.

Организация работает на местном, региональном и национальном уровнях и в рамках сельскохозяйственной программы образования предоставляет хорошее практическое обучение. Оно сосредоточено на сельскохозяйственной тематике, практическом опыте руководства карьерой, а также обеспечивает навыки освоения сельскохозяйственных технологий.

Воспитание интереса к сельскохозяйственному труду и профессиям формируется у новичков прямо в полевых условиях, где они реализуют полученные теоретические знания и практические навыки. Клубы оказывают помощь фермерам в период посевной или осенней страды, создают мобильные отряды для работы на фермах.

²²⁶ Сайт Будущих фермеров Америки: www.ffa.org/

В организации насчитывается почти полмиллиона членов. Стоит задаться вопросом: много это или мало? В общей численности населения США (300 млн. чел.) это – всего лишь капля в море, но, если учесть, что речь идет о промышленно развитой стране, и то, что членами FFA являются люди в возрасте от 12 до 21 лет, сразу становится понятно, что это – достаточно сильная и востребованная организация. В России таковых, к сожалению, вообще не наблюдается, как нет и другого мощного детско-юношеского движения – клубов по интересам 4Н.

Клубы по интересам «4-Эйч» (4Н)²²⁷

Название клуба включает четыре слова на букву «h»: голова, сердце, руки, здоровье²²⁸. Он существует с начала XX века для подрастающего поколения, которое намерено добиваться успеха. Цель 4-Н — развивать гражданственность, лидерство и жизненные навыки юности по большей части через эмпирические обучающие программы. Хотя клубы исторически принято считать организациями, сфокусированными на сельскохозяйственной сфере, 4-Н сегодня сосредоточивается на темах воспитания патриотизма, успешной социализации (в том числе с «трудными» и социально опасными представителями молодого поколения), экологии, науке и программных технологиях. Сегодня 4-Н имеет отношение к программам, существующим в более чем 80 стран мира. Каждая из этих программ действует самостоятельно, но в то же время совместно через международные обмены, глобальные учебные программы и коммуникации.

Организация имеет в Соединенных Штатах приблизительно 90 тысяч клубов и свыше 6,5 миллионов членов в возрасте от 5 до 19 лет. Каждый клуб автономен, имеет собственный штат, самостоятельно планирует свою деятельность и решает финансовые проблемы.

Количество членов территориальной или иной группы внутри клуба не регламентируется и может колебаться от 5 до 80 человек. Продолжительность участия юношей и девушек в работе клуба — 3—5 лет. Процесс обучения ведется системно и движется от простого к сложному. На протяжении всего пребывания в клубе молодые люди демонстрируют плоды собственной работы на выставках.

В программах, реализуемых «Будущими Фермерами Америки» и клубами «4-Эйч», большое место отводится работе с родителями и другими членами семей. Американский опыт показывает, что воспитательное пространство микросоциума не возникает спонтанно, а является следствием специально организаторской работы по

²²⁷ Сайт 4Н: www.4-h.org/

²²⁸ На английском: Head, Heart, Hands, and Health. Клятва клуба реализуется в обещании: Я отдаю свою голову для чистых помыслов, свое сердце – для большей лояльности, свои руки – для хорошей работы, и свое здоровье – для улучшения жизни моего клуба, моего общества, моей страны и моего мира.

педагогизации среды. При недостаточном развитии специальной социально-педагогической службы в американской общине роль факторов, интегрирующих воспитательные возможности семьи, школы и среды, выполняющих организация «Будущие Фермеры Америки» и клубы «4-Эйч», так как создают возможности для равноправного со взрослыми участия ребенка в жизни сельской общины.

В исследовании А.А.Куличкова²²⁹ в отношении двух указанных организаций сделаны выводы, что, в силу особенностей развития американского сельскохозяйственной общины, потребовавших особого внимания к профориентационной работе, в ней сложилась модель детского движения, которая характеризуется тесным сотрудничеством двух взаимодополняющих форм: клубов по интересам «4-Эйч» и профориентационной организации «Будущие Фермеры Америки».

Существующая модель управления детско-молодежным движением США направлена на достижение максимальной демократичности и дифференциации содержания, форм и методов воспитания в соответствии с культурно-этническими и психофизиологическими особенностями детей, типом воспитательной организации, условиями и традициями микросоциума.

Основываясь в выборе методов работы на последних достижениях педагогической науки, руководители клубов и местных отделений «Будущих Фермеров Америки» стараются обеспечить продуктивное взаимодействие детей в позитивной конкурентной среде коллектива сверстников. Клубы играют активную роль в формировании сельскохозяйственной грамотности у молодого поколения американцев. Знания и умения, полученные на уроках, школьники имеют возможность применить, реализуя их проект в рамках контролируемой сельскохозяйственной практики. Успехи в его реализации находят одобрение и поддержку в клубах. По мнению американских ученых, эта модель может эффективно работать в любой системе образования-воспитания, работающей по схеме: классно-урочные занятия — самостоятельная (практическая) работа учащихся — деятельность детской общественной организации.

Исходя из вышесказанного, и скаутское движение, и совокупность профориентационных подростково-молодежных движений можно считать неправительственными и неприбыльными организациями, что позволяет отнести их к «третьему сектору» экономики²³⁰.

²²⁹ См.: Куличков А.А. Детские общественные организации как средство подготовки подрастающего поколения к труду и жизни в сельской общине США/ А. А.Куличков: Автореф.дис... канд. пед. наук: 13.00.01. – М., 2004. — 172 с.

²³⁰ Во всем мире «третий сектор» объединяет некоммерческие организации (НКО) гражданского общества, то есть неформальные негосударственные объединения одних граждан, созданные на благо другим гражданам. В мировой практике количество некоммерческих организаций и качество их работы во многом определяют степень развития демократии в стране.

5.2. ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ РАБОТЫ С САМОДЕЯТЕЛЬНЫМ НАСЕЛЕНИЕМ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ «РОТАРИ»-КЛУБОВ

Среди учреждений культуры клубного типа большое распространение на Западе получили «Ротари»-клубы, чья история насчитывает уже более 100 лет. Их история связана с именем Пола Харриса (1868—1947), который 23 февраля 1905 г. вместе со своими друзьями открыл первый такой клуб в Чикаго (США, штат Иллинойс). Он пытался объединить бизнесменов и специалистов-интеллигентов, которые, хоть и не были конкурентами, испытывали друг к другу враждебность или чувство отчуждения. Усилия П. Харриса были направлены на преодоление духовной пропасти между бизнесменами и интеллигентами, на спасение их от одиночества и изолированности.

Его клуб состоял из 4 человек, куда входил сам П. Харрис (по профессии – адвокат) и трое его друзей: предприниматель, инженер по горному делу и владелец угольного бизнеса. С того времени была заложена традиция клуба: каждый представляет какую-то отрасль промышленной или финансовой деятельности, область науки или искусства. Члены организованного союза чувствовали необходимость личных контактов и поэтому решили встречаться на рабочем месте каждого из членов объединения. Такая «ротация» (очередность) подсказала П. Харрису название клуба, и так появился первый Ротари клуб — «Клуб Чикаго N»²³¹.

С 1908 г. сеть клубов распространилась на многие города США, а в 1910 г. свои «Ротари» были открыты в Англии и Канаде. Организация превратилась в Международную Ассоциацию «Ротари»-клубов (сокращенно — МАРК). С 1922 г. организация носит название «Ротари Интернешнл», имеет свой герб и гимн. В настоящее время Ротари насчитывает около 1,2 миллиона членов в более чем 29 600 клубах из 163 стран. «Ротари Интернешнл» имеет высокий международный авторитет, тесно сотрудничает с Организацией Объединенных Наций и ЮНЕСКО, имеет также консультативный статус в ЮНИСЕФ и Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ). В 1993 году Совет ООН по экономике и социальным вопросам (ЭКО-СОК) присвоил «Ротари» высший консультативный статус, и Ротари Интернешнл стала одной из 10 ведущих международных неправительственных организаций, относящихся к 1 категории.

Главный девиз Ротари Интернешнл: «Служение превыше себя» (Service above self), а вторым девизом является фраза «Больше всех получают те, которые больше делают» (They benefit most, who serve best)²³².

²³¹ См.: Дохтерман К. ABCs of Rotary/ К.Дохтерман. – Режим доступа: http://www.novorotary.ru/docs/abc_of_rotary.doc

²³² См.: Азбука Ротари. – Режим доступа: <http://www.novorotary.ru/docs/azbuka.pdf>

Философия клуба основана на идее «земной» гармонии как живой, конкретной нормы социальных отношений, поэтому он не является политической или религиозной организацией. Члены клуба терпимы к любым религиям и относятся с пониманием к представителям политических партий.

В основе организации ротарианского движения лежат принципы демократии: каждый клуб работает независимо, руководствуясь в своей деятельности правилами Конституции Ротари Интернэшнл, которая предусматривает сменность ротарианских Президентов всех уровней, обновление правлений клубов с 1 июля каждого года. Периодическая ротация руководства развивает у людей чувство ответственности, дисциплину, понимание важности своего труда, в том числе и в ассоциации. Каждый ротарианец проходит все ступени управления: от рядового члена до президента. Это дает возможность их перспективным кадрам познакомиться с различными участками работы клуба, почувствовать и понять специфику иных призваний и профессий.

«Ротари» стремится к привлечению в свои ряды влиятельных и обеспеченных представителей руководящей, финансовой и деловой элиты, видных представителей научных и культурных сфер различных стран мира.

Право предложить кандидатуру для приема в клуб имеет каждый действительный член клуба, но, как правило, не более одной кандидатуры в течение одного календарного года. Ротарианец, рекомендуемый нового кандидата, играет ключевую роль в процессе его членства, последующего роста и развития. Помимо внесения кандидатуры Секретарю клуба, рекомендуемый должен перед представлением человека в качестве кандидата пригласить его на два-три заседания клуба; каждую неделю в течение месяца представлять нового ротарианца остальным членам клуба; приглашать нового ротарианца с его женой (или мужем) посетить общественные мероприятия Ротари-клуба, официальные завтраки и обеды, а также другие мероприятия и т.д. Прежде, чем вынести решение о принятии нового кандидата в члены клуба, рассматривается соответствие данного кандидата с точки зрения классификации:

- сферы деятельности кандидата в соответствии с утвержденным классификатором Ротари Интернэшнл,
- деловых качеств кандидата, его репутации и времени работы в данной сфере деятельности.

Если решение Правления клуба положительное, то кандидата в члены клуба информируют о целях Ротари и о правах и обязанностях члена клуба. Если в течение 10-дневного срока после сообщения клубу Правление не получит от любого члена клуба возражения против данного кандидата, поданного в письменной форме и с указанием причин, то данный кандидат, уплатив вступительный взнос, считается избранным в члены клуба.

«Ротари Интернешнл» не ориентирован на получение прибыли (относится к организациям типа *non profits* – «третьему сектору»). Организация имеет собственный денежный фонд, благодаря которому может поддерживать искусство, оказывать помощь незащищенным слоям населения, проводить конкурсы и т.д. В качестве финансовых источников «Ротари» использует:

- гранты от частных лиц и организаций, в т.ч. и спонсорские;
- средства, полученные по завещаниям, в наследство;
- прибыль от собственной деятельности;
- ассигнования из государственного бюджета, не имеющие обязательного характера и направленные на целевое финансирование конкретных проектов;
- кредиты;
- благотворительную деятельность, обусловленную специальным законодательством.

Так, к примеру, большие взносы в свое время «Ротари» получили от Альберта Эйнштейна и Томаса Манна, Стефана Цвейга и Рокуэлла Кента, Бернарда Шоу и Теодора Драйзера. Дальновидные политики, такие, как Франклин Рузвельт, тоже заботились о процветании этих клубов, не только оказывая моральную поддержку, но и личными средствами.

Клубные объединения «Ротари Интернешнл» преследуют следующие цели:

- помощь престарелым: недорогое жилье и медицинское обслуживание,
- помощь инвалидам: медицинские услуги, обучение доступным профессиям, организация досуга, психотерапевтическая помощь,
- осуществление молодежных программ (профориентация, трудоустройство, международные обмены),
- мероприятия по благоустройству города (восстановление парков, спортивных сооружений, экологические мероприятия и т.д.),
- финансирование и организация семинаров, конференций и летних лагерей молодых руководителей и представителей молодежных организаций, участников международных мероприятий,
- пополнение Фонда Ротари, основанного в 1917 году, из которого ежегодно выделяется более 30 млн. долларов на образовательные и благотворительные программы,
- создание стипендиального фонда для перспективных бизнесменов и специалистов: ежегодно назначается около 1.500 таких стипендий для профессионального роста и воспитания в духе интернационализма,

осуществление программ иммунизации в развивающихся странах (в частности, от полиомиелита), другие мероприятия по борьбе с голодом, болезнями, последствиями стихийных бедствий.

Ротарианцы всячески стараются обеспечить открытость своей деятельности для широкой общественности: «Ротари»-клубы посылают свои отчеты в «Ротари Интернешнл», СМИ, общественные и государственные организации, которые оказывают им помощь, в том числе рассказывают о своей коммерческой деятельности, публикуют списки благотворителей, поддерживающих организации.

Организации этого типа в странах Западной Европы и в США являются чрезвычайно важным элементом общественной поддержки таких сфер, как культура, досуг, просвещение. Законодательство США предусматривает налоговые льготы и стимулы для таких организаций. Фонд «Ротари» инвестирует два основных типа программ: гуманитарные и образовательные. Среди них²³³:

ПолиоПлюс (PolioPlus) — главная гуманитарная программа, реализуемая Фондом Ротари и всем ротарианским движением совместно со Всемирной организацией здравоохранения. Цель программы – искоренение полиомиелита во всем мире. Программа реализовывалась с 1985 до 2005 года. Благодаря ей полиомиелит был искоренён практически повсеместно, за исключением Пакистана, Индии, Нигерии и Афганистана. Значительный вклад в реализацию программы — более 200 млн. долларов вносит Фонд Билла и Мелинды Гейтс.

Профессионально-ознакомительные обмены (Group Study Exchange)

В другие страны направляются молодые люди для изучения работы государственных учреждений, образа жизни, национального менталитета и экономики. В настоящее время фонд «Ротари» ежегодно предоставляет и организывает более 320 обменов группами студентов, обучающихся в различных странах и проживающих в семьях ротарианцев.

Посольские и культурологические стипендии (Ambassadorial and Cultural Scholarships)

Около 9000 человек на конкурсной основе отбираются для посещения различных стран с целью изучения культуры, традиций, обычаев и языка других народов. В настоящее время фонд «Ротари» ежегодно предоставляет и организывает более 300 международных гуманитарных проектов с помощью стипендий «Три эйч» («Здоровье, голод и человечество»).

Стипендии Мира (Peace Scholarships)

Деятельность членов клубов по их непосредственным

²³³ См.: Донской В. Ф. Путеводитель по Ротари / В. Ф. Донской. — Иркутск : Вост-Сиб. кн. изд-во, 1995.

специальностям (бизнесменов, педагогов, культурологов) в других странах. Заявки по этой работе публикуются в специальном бюллетене «Ротари Интернешнл». В настоящее время фонд «Ротари» ежегодно предоставляет и организывает несколько конференций по программам сохранения мира.

Успешной работе «Ротари»-клубов содействует их комплексность и многопрофильность. «Ротари» действует по четырем направлениям²³⁴:

- Внутриклубная работа,
- Профессиональная работа,
- Работа в городе,
- Международная работа.

Внутриклубная работа (Club Service) включает в себя любую деятельность ротарианцев, которая направлена на то, чтобы их клуб действовал успешно.

В начале каждого года комиссия по клубной работе составляет список важных для членов объединения дат — юбилеев, дней рождения и других событий. Все праздники такого рода они отмечают вместе со своими семьями. Это содействует укреплению коллектива и семьи, преодолению недоразумений между поколениями и всестороннему развитию.

Чтобы поддерживать и развивать у членов клуба заинтересованность в культурно-досуговой деятельности, создается атмосфера эмоциональной приподнятости, праздничности, удовольствия от общения, развлечения-игры, радости от общего отдыха и деятельности.

Комиссия по клубной работе занимается досугом: организывает экскурсии на природу, посещение вернисажей, концертов, театров, готовит развлекательные программы, выставки «Хобби ротарианцев клуба», диспуты, конкурсы и викторины о «Ротари», встречи со специалистами по вопросам охраны здоровья, правопорядка, материнства, социальной защите стариков и инвалидов.

Успех клубной деятельности зависит от доброжелательной атмосферы в коллективе, от компетентности руководителя и правильной организации отдыха, свободного времяпрепровождения ротарианцев. В случае низкой посещаемости клуба определяются помехи: наличие группировок, административное давление, неинтересные программы. Развитие дружеских отношений, доброжелательности стимулирует у членов организации желание принимать участие в культурно-досуговых мероприятиях и делах клуба.

Профессионально-этическая работа (Vocational Service) направлена на то, чтобы каждый ротарианец смог раскрыть для других суть своей профессии, ее ценность и те возможности, которые она открывает перед

²³⁴ См.: Донской В. Ф. Ротари и ротарианцы. - Иркутск: БИБММ ИГУ, 2006.

человеком. В связи с этим производственная сфера и гармонизация отношений на предприятиях, руководимых ротарианцами, занимают важное место. «Ротари» борются за повышение производственной культуры каждого руководителя. Для этого предлагается соблюдать некий кодекс поведения, «Идеал профессиональной деятельности», в котором декларируются следующие принципы:

- верность работодателю, благосклонность к служащим, дружелюбие к коллегам, корректное отношение к конкурентам, потребителям и деловым партнерам;
- признание достойной общественного уважения любой профессии, а не только тех, которыми владеют члены клуба;
- привлечение своих способностей и навыков к решению социальных проблем.

Клубы не только помогают трудоустройству своих членов, но всячески способствуют установлению дружеских контактов в бизнесе и непосредственно на рабочем месте. Установление справедливых и конструктивных отношений между работодателем и наемным работником, между сотрудниками, руководителями и подчиненными, является условием роста продуктивности и улучшением условий труда.

Социально-благотворительная работа в городе (Community Service) направлена на улучшение ротарианцами условий жизни в своем городе. Она включает в себя помощь молодежи, престарелым, инвалидам, а также всем тем, кто видит в Ротари источник надежды на лучшую жизнь.

Прежде всего, члены клуба устанавливают, какие проблемы и вопросы волнуют местное население и каким образом ротарианцы могут помочь в их решении. Если, к примеру, в городе остро стоит вопрос занятости, растет безработица среди молодежи, много бездомных людей, клуб раз в неделю организует бесплатные обеды.

Если члены клуба предпочитают оказывать помощь посредством применения своих профессиональных навыков, целесообразнее оказывается использование их как консультантов по вопросам занятости или открытие курсов по изучению каких-либо нужных здесь специальностей.

Особенное внимание ротарианцы уделяют экологическому воспитанию молодежи. Американские ротарианцы широко используют инициативы молодежи в сфере экологии как способ адаптации и приобщения молодежи к важным государственным делам. В 1982 г., к примеру, клубами была разработана долгосрочная программа по охране питьевой воды и соблюдению санитарных норм. Клубы, привлекая молодежь к ней, осуществили множество важных мероприятий, таких как насаждение новых зеленых массивов, создание зон отдыха и парков, очистка речных и морских побережий.

Ежегодные субботники, во время которых убирается мусор, для

многих клубов — популярная и эффективная форма работы. Клубные объединения проводят беседы по экологии, встречи со специалистами, коллективные просмотры слайдов и видеофильмов, регулярно занимаются уборкой «обычных» и очисткой загрязненных территорий.

К примеру, сегодня лишь 1,5% территории Великобритании занято диким лесом. «Ротари»-клубы Объединенного Королевства предлагают своим членам покупать одно или несколько деревьев, чтобы уберечь их от вырубки. Человек «владеет» ими пожизненно, может дарить их — друзьям на свадьбу, новорожденному ребенку, на юбилей, просто в знак благодарности. Таким образом, дикие леса удастся сохранить и со временем даже немного увеличить их площадь.

Международная работа (International Service) и проекты, осуществляемые в ее рамках, направлены на удовлетворение гуманитарных потребностей людей.

Одной из популярных программ в международной деятельности является работа «Клубов по организации досуга по интересам». Клубные объединения состоят из ротарианцев всего мира, имеющих общие интересы и хобби, — от радиолюбителей до любителей гольфа, от филателистов до фотографов. Каждая группа издает свой бюллетень и организует ежегодные собрания. Клубы по интересам занимаются, главным образом, оказанием практической помощи друг другу, притом их члены отдыхают и с пользой проводят свободное время, общаясь между собой.

В рамках международного сотрудничества действует программа «Всемирная служба содействия местным программам», которая направлена на реализацию тех проектов, которые не под силу одному клубу, но имеют важное (порой принципиальное) значение. «Ротари Интернешнл» продвигает эту программу сразу по нескольким направлениям, публикуя «Список обмена с участием Ротари» проектов, которые подлежат реализации.

Вследствие вышеупомянутых контактов клубы укрепляют дружеские отношения между странами. Деятельность ротарианцев в этом направлении способствует улучшению взаимопонимания между народами, доброй воле и миру.

ОРГАНИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО ДОСУГА В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ ЗА РУБЕЖОМ

Традиции корпоративного досуга возникли и успешно функционируют за рубежом достаточно давно: еще отец-основатель компании «Ford Motor Company» Генри Форд первым начал здороваться с рабочими за руку, премировать за здоровый образ жизни и внедрять на своих заводах ритуалы адаптации и интеграции, заботясь о создании благоприятной атмосферы и приверженности сотрудников фирме. Позднее определилось целое направление корпоративных мероприятий, которое можно было охарактеризовать как педагогически целесообразный корпоративный досуг с высоким уровнем культуры. Он включал в себя реализацию сбалансированных рекреативных, развлекательных и развивающих досуговых занятий для формирования лояльности сотрудников, развития их «корпоративного духа» и поддержания здоровья членов корпорации.

Важной чертой корпоративного досуга, сложившейся на базе зарубежной досуговой практики, можно считать ориентацию на национальные традиции. Так, например, корпоративные мероприятия японцев несут на себе местный культурный колорит: проводимые между отделами фирмы спортивные соревнования обязательно включают какой-либо национальный вид спорта (кюдо, дзюдо, кэндо, каратэ и т. д.) и лишь немного западных спортивных видов. Иными словами, речь идет не столько о видах спорта, сколько о символах японского образа жизни.

По причине амбивалентности корпоративного досуга и его ориентации на ментальные традиции, как с сожалением отмечает В.В.Медведенко²³⁵, в реальной российской практике проявляются негативные потребности российского персонала к проведению досуга на суррогатной (алкогольной) основе.

На протяжении XX века досуговая практика трудовых коллективов за рубежом сложились в определенную систему, и на настоящий момент в зарубежном корпоративном досуге мы можем выделить такие направления, как:

Повседневный досуг членов трудового коллектива

Праздничный досуг

Тренинговые мероприятия (тренинги командообразования)

Корпоративный туризм

²³⁵ См.: Медведенко В.В. Празднично-игровые технологии формирования культуры корпоративного досуга/ В.В. Медведенко: Автореф.дисс... канд. пед. наук: 13.00.05. — Тамбов, 2008. — 24 с.

Повседневный досуг членов трудового коллектива выполняет в основном задачи снятия психологического напряжения и поддержания здорового образа жизни членов корпорации. Еще в 1960-е годы классическим примером офисной релаксации стали японские фирмы, в которых сотрудникам позволяли бить чучело начальника, чтобы выплеснуть накопившийся за день негатив. Сегодня во многих зарубежных компаниях релакс уже давно возвели в ранг особой бизнес-философии или же сделали частью стратегии компании.

В практике западноевропейских, американских или азиатских компаний можно найти много интересных примеров того, как организован корпоративный досуг в рабочее время. Так, сотни маленьких фирм в деловой части всех городов Японии в обеденный перерыв предлагают клиентам — служащим офисов — целый спектр релакс-услуг: ароматерапию, традиционный массаж, а непосредственно в офисах стоят специальные массажные кресла, сидя в которых можно совмещать массаж с природотерапией: например, надев специальные очки-экран со стереонаушниками, дополнять и в несколько раз усиливать расслабляющий эффект от сеанса массажа звуками и красками природы.

Снять психологическое напряжение японским офисным работникам помогают такие виды национального искусства как икэбана и чайная церемония, которые практикуются в фирменных клубах. В учебниках по икэбанае есть напоминания о том, что «мир не был создан за один день» т.е. обучение этому виду искусства – длительный процесс, требующий настойчивости и прилежания, а не суеты и упрощенности²³⁶. Подбирая под руководством мастера букет или упорно отрабатывая канонические движения «тяною», японцы обостряют в себе национальные чувства, проникаются уважением к тем, кто дал им возможность лучше овладеть национальными культурными навыками.

Сложившиеся за рубежом традиции повседневного досуга, как правило, имеют под собой ориентацию на традиционные ценности среднего класса:

1. труд (восприятие самого процесса трудовой деятельности как социально значимого и интересного дела);
2. образование (повышение квалификации, самообразование);
3. семья (восприятие членов семьи не как помехи для производительного труда, а как фактора полноценного и гармоничного существования и развития каждого сотрудника).

Для Японии, где ценности труда и образования, будучи ценностями общественными, многие десятилетия доминировали над

²³⁶ Лукичева А.О. Обучение и практика по-восточному (на примере школы икэбана Икэнобу)/ А.О. Лукичева //Актуальные проблемы социогуманитарного знания. – Вып.4. – СПб.:Русский остров,2010. – С.149.

ценностями семьи, в начале XXI века остро обозначилась проблема: демографический кризис, спровоцированный японским трудоголизмом. Как пишет Я. Сарно²³⁷, в Японии переработки, короткие выходные и отказ от отпуска стали частью традиционной корпоративной культуры. По данным Международной организации труда, в 2006 году Япония попала на третье место по продолжительности рабочего дня среди развитых стран, уступив первенство Южной Корее и США. В японском языке даже есть слово *karoshi*, описывающее феномен смерти от избыточной работы.

Именно на работе человек становится значимым, важным, нужным. Он гордится должностью, зарплатой и уважением коллег. Работа становится способом социального позиционирования. При этом в сознании рядового японца «родная» компания воспринимается как «истинная семья». Коллеги — это лучшие друзья, начальник — отец родной, фирма — вся его жизнь. Среднестатистический японец после окончания университета и до пенсии предпочитает работать в одной компании. В этом смысле в Японии коллегиальные отношения вытеснили семейные, точнее, налицо переплетенность и взаимное замещение понятий «семья» и «труд».

В результате, как отмечает Я. Сарно, уровень рождаемости в Японии падает и к 2030 году грозит сократить трудовые ресурсы на 16% по сравнению с 2006 годом. По данным Института геронтологии Токийского университета, к 2030 году доля граждан старше 65 лет в населении страны составит 32% и к 2055 году будет уже около 41%²³⁸. На практике это означает, что скоро в японских фирмах некому будет работать, и при этом государство будет вынуждено тратить огромные средства на социальное обеспечение пенсионеров.

В связи с явной угрозой демографического кризиса в японских компаниях стали проводиться «недели семьи» (так в ноябре 2008 года поступила крупнейшая японская ассоциация бизнеса Кейданрен – в ее состав входят 1623 компании), национальные кампании «Прощай, переработка!» (тогда рядом с рабочими местами сотрудников фирм вешались инструкции, предлагающие им восемь способов уйти домой раньше). Компания Nippon Oil запретила сотрудникам работать по выходным, а для того чтобы остаться на работе после семи часов вечера, им необходимо получить разрешение начальства. Для тех, кто все-таки решил поработать сверхурочно, в восемь вечера на территории предприятия из громкоговорителей льется песня *When You Wish Upon a Star* из диснеевского мультфильма «Пиноккио» о деревянной кукле,

²³⁷ Сарно Я. Страна, где кончаются люди/ Я. Сарно // Киевский Телеграфъ: общественно-политический еженедельник. – Электронная версия: <http://telegrafua.com/archive/553/11601/>

²³⁸ Тебин Н.П. Страна заходящего солнца: Япония готовится к превращению в гетто для пенсионеров/ Н.П. Тебин // Независимая газета. 8 сентября 2010. – Режим доступа: http://www.ng.ru/science/2010-09-08/10_japan.html

которая хотела стать живым человеком. Однако на практике, как отмечает Я. Сарно²³⁹, некоторые сотрудники Nirpon Oil тратят полученные свободные часы не на семью, а на походы в рестораны, бары и другие развлечения. Это – свидетельство того, что в консервативном японском обществе сложившиеся веками традиции не так-то легко переориентировать даже под угрозой национального вымирания.

Многие крупные компании вкладывают деньги в создание интерьеров высокого уровня комфорта для снятия рабочих стрессов у своих сотрудников.

В офисе компании «Google» обустроены «точки для релакса»: мягкие кресла-подушки, ванны, наполненные поролоном, массажные кресла, барные стойки и стулья в зонах отдыха, столы для бильярда и прочее.

В офисе компании «Red Bull» в Лондоне круглый стол для переговоров оборудован по диаметру сеткой для пинг-понга, а для спуска со второго этажа на первый оборудована «горка», по которой можно лихо съехать, как в детстве (см. Приложение 1).

Офис фирмы «What If? Innovation» был признан самым идеальным рабочим местом в Великобритании в 2004-м и 2005-м годах, при этом оборудование офиса не потребовало каких-либо серьезных финансовых вложений, зато много креатива и юмора: обои с надписями, авторство которых принадлежит сотрудникам фирмы, Корова-паук и многое другое (см. Приложение 2). Такой подход к оформлению рабочего пространства одновременно решает несколько задач: снимает физическое и психическое напряжение, повышает настроение и лояльность персонала.

Необычный интерьер рабочего места практикуется не только в корпоративном секторе, но и в некоторых госучреждениях. Например, комнатой для релакса в Министерстве развития экономики и бизнеса Дании (Копенгаген) является комната в форме яйца, в которой все стены представляют собой доски для рисования (см. Приложение 3). На них можно писать, рисовать, оставлять послания для коллег, комментарии сторонних читателей, словом, создавать эдакую корпоративную блогосферу.

Эффективность и точность выполнения функциональных обязанностей возрастает, если работник имеет возможность отдохнуть, не покидая место работы. К примеру, в компании «Google» есть все, чтобы сотрудники вообще не выходили за пределы ее территории: внутри здания можно купить одежду, еду, посетить бассейн или парикмахера, не теряя времени на дорогу до ближайших учреждений подобного профиля. Такой подход стал частью стратегии развития персонала во многих иностранных компаниях.

²³⁹ Сарно Я. Страна, где кончаются люди/ Я. Сарно // Киевский Телеграфъ: общественно-политический еженедельник. – Электронная версия: <http://telegrafua.com/archive/553/11601/>

Таким образом, в сфере организации повседневного досуга за рубежом можно выделить ряд новых тенденций:

- обеспечение отдыха персонала без необходимости покидать место работы (приближение досуга к месту работы);
- обеспечение возможности неформального общения в период рабочего дня;
- создание интерьеров высокого уровня комфорта и специализированных зон отдыха (релаксация на протяжении рабочего дня);
- креативный подход к оформлению рабочего пространства (психологическая разрядка с помощью юмора и неформального подхода к оформлению офисных интерьеров).

Праздничный корпоративный досуг в зарубежной практике складывается из многообразия развлекательных групповых мероприятий, однако в большинстве своем праздники имеют этнонациональный колорит. Несмотря на то, что культура США вобрала в себя богатое культурное наследие многих народов, можно проследить восхождение некоторых американских праздников к культуре и традициям различных народов, но все праздники проникнуты сугубо американским духом: в сценариях корпоративных мероприятий американских фирм популярны ирландские традиции Хэллоуина и Святого Патрика, французские традиции Марди Гра, темы хот-догов, блинов, омлетов²⁴⁰. В перечне корпоративных праздников Японии значительное место занимает праздник Ханами — любование сакурой, День физкультуры в честь Олимпийских Игр в Токио (закон утверждает этот государственный праздник как день, направленный на укрепление спортивного духа нации, а также развития здоровья и тела), бонэнкай — вечеринки с концепцией проводов заканчивающегося года (за неделю до наступления нового года предприниматели устраивают праздники в ресторанах с вознаграждениями служащих за их труд).

Администрации зарубежных фирм считают своей обязанностью нести определенные финансовые расходы с целью создания у работников положительного настроения, без которого невозможно сформировать корпоративный дух. Как правило, руководство фирм твердо убеждено в том, что потраченные на рабочих средства и внимание к ним компенсируются повышением производительности труда. Кроме того, активность фирмы, демонстрируемая на поприще стимулирования работников, обеспечивает ей высокую репутацию в

²⁴⁰ Традиции пугать друг друга и рядиться в ведьм и чертей (Хэллоуин), равно как одеваться во все зеленое (день Святого Патрика, покровителя Ирландии) принесены в США ирландскими мигрантами. Традиции карнавалов Марди Гра возникли в XVIII веке на управляемой Францией территории нынешнего штата Луизиана. Национальный день хот-дого (National Hot Dog Day) был официально установлен Торговой Палатой США в 1957 году, также существуют праздники День американских деловых женщин (American Business Women's Day) и т.п.

обществе, а также привлекает молодые и способные кадры, от которых во многом зависят будущие успехи предприятия.

Следует подчеркнуть также специфику праздничного досуга в японских фирмах, куда, помимо проводимых совместно корпоративных праздников, следует добавить организацию семейных торжеств — свадеб, юбилеев, иных значимых семейных событий. Поскольку жизнь японца вне фирмы не имеет столь высокой значимости, как в трудовом коллективе, вполне логично, что свои семейные торжества японцы отмечают в том же кругу, в котором отмечает и мероприятия корпоративного характера.

Корпоративные тренинги и семинары часто сочетаются с корпоративным туризмом: выезды в другую страну, к морю, в горы или в лес на несколько дней. Просто поездки (особенно в другие страны), с одной стороны, затратны, их финансирование обеспечивается за счет администрации фирм, с другой стороны, — длительное пребывание в дороге утомляет и может оставить не совсем приятные впечатления. По этой причине тренинги командообразования являются лидерами по популярности и по престижу среди видов активного корпоративного отдыха на природе, им придается особое значение со стороны администрации предприятий, поскольку они способны решить ряд важных задач: повышение корпоративного духа, сплоченности, лояльности персонала, организационная диагностика для дальнейшего роста предприятия (на Западе существует целый институт корпоративного коучинга, включающий в себя оценку профессиональных возможностей, оценку компетенций, консультирование по карьерному планированию, выбор пути развития и т. п.).

К особенностям тренингов командообразования можно отнести:

особую социально-психологическую атмосферу, возникающую при переносе совместных действий сотрудников из условия офиса в другую среду (например, в лес, другой город или страну);

эмоциональный подъем сотрудников, характерный для мероприятий корпоративного досуга, но при этом наложенный на необходимость действовать сообща в сложных условиях тренинга;

отсутствие особых требований к физическим навыкам и физическому здоровью участников тренинга;

многообразие тренинговых форм, которые легко вписываются в различные сценарии (интерактивные ролевые игры, рыцарские, пиратские или ковбойские приключения и т.п.).

Корпоративный туризм является составной частью делового туризма – MICE²⁴¹. И хотя процент корпоративного incentives-туризма по сравнению с индивидуальным, конгрессным и выставочным невелик (в мировом масштабе около 3%)²⁴², значимость его от этого не становится ниже. Инсентив-тур – это эксклюзивная поездка для ключевых сотрудников компании или партнеров. Тур может совмещать элементы конференции, тренинга, посещение международного конгресса или выставки, командообразования, экскурсионной программы и просто отдыха, однако в зависимости от целей принято выделять три основных вида инсентив-программ: поощрительные программы (за трудовые достижения), мотивационные программы (стимулирование к более производительному труду) и «построение» команды (team-building).

Соответственно, на Западе развитие инсентив-туров прошло от поездок, включавших экскурсионные программы и отдых на пляже (поощрительные цели) через разнообразные программы (связанные с видами деловой деятельности или интересами участников – исторические, гастрономические, винные туры) отдельно для обычных работников компаний и руководства, до туров, нацеленных на повышение «корпоративного духа» (team-building). Заказывая разработку корпоративных туров для своих сотрудников в России, западные компании ввели моду на инсентив-туры и в нашей стране. Однако российские и иностранные компании по-разному видят цели инсентив-туров. Если западные компании используют такие поездки для приобщения к корпоративной культуре руководителей низшего и среднего звена, то российские фирмы таким образом поощряют наиболее ценных сотрудников за большой объем проделанной работы.

За рубежом несколько десятков лет существуют компании, специализирующиеся исключительно на интенсив-туризме, так называемые incentive-houses. Классически подготовка инсентив-программ предполагает упор на достижении слаженности в команде, обучении поведению в условиях резко меняющейся внешней обстановки, разрешении конфликтных ситуаций, выявлении в участниках программы лидерских качеств, обеспечении обмена новыми идеями, опытом, подведении итогов и т.д.

Таким образом, в сфере организации корпоративного досуга среди персонала зарубежных корпораций можно указать на ряд утвердившихся тенденций:

²⁴¹ Аббревиатура MICE включает: M – Meetings (деловые встречи), I – Incentives (поощрительные корпоративные поездки), C – Congresses (иногда Conventions или Conferences – конференции), E – Exhibitions (выставки, иногда Events – специальные мероприятия).

²⁴² Туристов снова стало больше// Турбизнес. – 2006. – №4: Режим доступа: www.tourbus.ru/article/811.html

возрастание значимости корпоративного досуга на фоне фактического стирания грани между рабочим и свободным временем;
возникновение системы разделения корпоративных мероприятий (повседневный, праздничный досуг, тренинги командообразования, корпоративный туризм);
ориентация на национальные досуговые традиции (социально одобряемые);
ориентация на поддержание здорового образа жизни;
формирование высокой степени лояльности персонала к фирме;
ориентация в досуге на ценности среднего класса (труд, образование, семья).

5.3. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА ЛЮДЕЙ ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА

ПОНЯТИЕ НОВОЙ МОДЕЛИ СТАРОСТИ

В течение последних десятилетий двадцатого века и в начале двадцать первого века человечество столкнулось с проблемой значительного увеличения продолжительности жизни и постоянным ростом численности людей пожилого возраста. Доля людей пожилого возраста в составе населения некоторых развитых стран уже превышает 20 %²⁴³. Этот факт способствовал активизации интереса к социально-культурной работе с людьми пожилого возраста, в основу которого легли теории активизации жизнедеятельности пожилого человека, обоснованные зарубежными теоретиками П. Балтесом, Дж. Маддоксом, Р. Пеком, К. Юнгом²⁴⁴.

В странах Европы, в США, Японии старость не характеризуется только негативными и пугающими представлениями о ней, а рассматривается как завершающая стадия развития человека с присущими ей особенностями. Новая модель старости (в Японии она получила название «общество долголетия») определяется не только

²⁴³ В 2000 году численность населения в возрасте 60 лет и старше составляла 600 миллионов человек, что в три раза больше, чем в 1950 году. В 2006 году число пожилых людей превысило 700 миллионов человек, и ожидается, что к 2050 году оно составит 2 миллиарда человек, т.е. опять утроится за 50 лет (См.: Population Ageing and Development 2009 /Wallchart. (ST/ESA/SER.A/290 Sales No. E.09.XIII.10). — <http://www.un.org/esa/population/publications/ageing/ageing2009.htm>)

²⁴⁴ См.: Хозина Ж.В. Социально-культурная активизация лиц третьего возраста как условие преодоления эйджизма (На примере Великобритании)/ Ж.В.Хозина: автореф.дис... канд. пед. наук: 13.00.05. – М., 2000. — 19 с.

увеличением периода жизни человека, но и позитивным изменением её качества, включающем в себя значительные возможности индивидуально-личностного развития в пожилом возрасте²⁴⁵. Эти возможности следует рассматривать как потенциал, а то, в каком объёме он может быть реализован, определяют условия окружающего мира.

Анализируя опыт работы с людьми пожилого возраста в Израиле, Колик Галия²⁴⁶ указывает, что общество может поощрять и стимулировать социально-культурную активность лиц третьего возраста, или, наоборот, может предоставить их самим себе, не предлагая вариантов активности и стимулов к ее реализации. Социально-культурные аспекты могут значительно повлиять на продолжительность жизни и «скорость» старения человека. Отставание пожилых и престарелых людей от научно-технического прогресса усугубляет их возрастную дискриминацию — эйджизм, что в настоящее время представляет серьезную опасность в контексте укрепления моральных устоев и нравственных ценностей подрастающих поколений. Активизация лиц третьего возраста путем стимулирования их социально-культурной активности — одно из социально-педагогических условий преодоления эйджизма.

Решение проблемы социокультурного развития людей пожилого возраста в современном социальном контексте необходимо искать в сфере досуга. Это обусловлено тем, что в пожилом возрасте у человека значительно увеличивается объём свободного времени. Культурно-досуговая деятельность, обладающая огромным багажом форм и методов культурного развития личности и социализирующего воздействия на неё, способна оптимизировать жизнедеятельность людей пожилого возраста, стимулировать их интеллектуальную и физическую активность, развивать творческие способности.

²⁴⁵ Вдовенко Т.В. Социальная работа в сфере досуга в странах Западной Европы / Т.В. Вдовенко. — СПб., 1999.

²⁴⁶ См.: Колик Галия. Реализация развивающего потенциала досуга людей пожилого возраста / Галия Колик: Автореф. дисс... канд. пед. наук: 13.00.05. — СПб., 2007. — 22 с.; Колик Галия. Длительный нестационарный уход за пожилыми людьми в Израиле / Галия Колик // Психология зрелости и старения. — М., 2004. — №2 (26). — С. 69-73; Колик Галия. Организационно-управленческие аспекты реализации социокультурной геронтополитики в Израиле / Галия Колик // Человек и Вселенная. — СПб., 2006. — №6 (59). — С. 118-128.

ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА ЛЮДЕЙ ТРЕТЬЕГО ВОЗРАСТА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТРАНАХ

Проблема организации досуга пожилых людей возникла на Западе в конце 1960 — начале 70-х гг. За несколько прошедших десятилетий практика организации досуга пожилых людей в развитых странах получила правовую основу и планирование на основе общенациональных программ, которые различаются между собой целями и методикой их достижения. Так, некоторые программы направлены на людей, которые не могут покидать свой дом («Библиотека на дому», «Книги на колесах» — США); другие рассчитаны на тех, кто имеет какие-то комплексы, связанные с возрастом и здоровьем и, как результат их, испытывает чувство одиночества, заброшенности, отчуждения от окружающего мира. Цель подобных программ — наполнение жизни пожилого человека новым содержанием, рациональная и интересная организация его свободного времени, укрепление здоровья и чувство удовлетворения как результат культурно-досуговой деятельности.

Проблемами организации досуга пенсионеров в США занимается 35 общенациональных организаций, среди них: Американская ассоциация пенсионеров²⁴⁷ (возникла в 1958 г.), Альянс людей преклонного возраста Америки²⁴⁸ (создан в 1974 г.). Вопросами организации досуга в Великобритании занимается Национальный Совет людей преклонного возраста, Досуговый центр «Мекка», в Канаде — общества и советы по делам людей преклонного возраста.

В частности, в британском графстве Хемпшир насчитывается около 100 клубов для пожилых людей. Среди них, например, «Госпортская группа молодых душой» (цели клуба — содействие и помощь пожилым людям любым способом, который в настоящее время или в будущем могут быть признаны законом как благотворительные). Клуб обеспечивает еженедельные развлечения и транспорт для пожилых, поездки в интересные места и театры, общение и информирование о новостях законодательства, танцы два раза в неделю. В клуб принимаются люди не моложе 50 лет, живущие в области Госпорт. Как указано на сайте²⁴⁹, клуб приветствует в своих рядах владельцев автомобилей, а также имеет собственный микроавтобус с подъемником и специальные туалеты. Членство в клубе платное: еженедельный вступительный взнос составляет £ 1.

²⁴⁷ Американская ассоциация пенсионеров (ASPA), официальный сайт: www.aspa.org/

²⁴⁸ Альянс людей преклонного возраста Америки (Alliance for Retired Americans) насчитывает более 3 миллионов членов. Официальный сайт: www.retiredamericans.org/

²⁴⁹ www.e.volve.org.uk/

Другой клуб – «Серебряные нити» (город Уитчерч в Хемпшире) предлагает для пожилых людей мероприятия: бинго, карточные игры, Scrabble, вязание и рукоделие, послеобеденный чай, бесплатные экскурсии за счет клуба, специальные чаи в день рождения, Рождественский обед и развлечения, празднование Пасхи. Минимальный возраст членства в клубе — 60 лет. Взнос — £ 5 в год.

«Университет третьего возраста» (U3A)²⁵⁰ в Андовере ставит своей целью обеспечение непрерывного обучения пожилых людей не в полном объеме рабочего времени, предоставляет возможность для своих членов поделиться опытом обучения в широком спектре интересов и продолжать обучение как для повышения квалификации, так и для удовольствия. Андоверский U3A является организацией друзей, деятельность его сосредоточена примерно на 40 группах по интересам: от курсов изучения языков до кружков по искусству, истории, фотографии, природы, музыки. Указано, что минимальный возраст – 50 лет, максимальный возраст — 100 лет, других ограничений нет.

Таким образом, в клубных объединениях организованы танцевальные вечера, просмотр кинофильмов, экскурсии, лекции, доклады, диспуты, действуют различные секции. Члены клуба стараются расширить границы привычной, повседневной жизни, чтобы ощутить себя свободными, снова обрести уверенность в собственных силах. Поэтому с большим удовольствием посещаются клубные мероприятия, дающие людям максимальную свободу действий, а именно: празднества, вечера отдыха, юбилеи.

Любопытна в этом плане деятельность клуба «Голден Эйдж», «Золотой век» (Канада). Пенсионеры, люди от 65 до 90 лет, посещают его в основном в первой половине дня. После обеда там остаются лишь штатные работники, которых около 30 человек.

Члены клуба живут активной жизнью, принимают участие во всех мероприятиях, много путешествуют. Они чувствуют свою нужность благодаря волонтерской работе, заниматься которой имеет право только человек «золотого века», член их клуба. Например, в своей столовой волонтеры обслуживают посетителей, убирают столы и моют посуду. Они также работают на компьютере, в котором содержится информация о работе клуба.

В 9 часов утра «клубный» автобус забирает их, в 3 часа дня — развозит по домам. Все это время, включая обеденный перерыв, посетители находятся в клубе.

Человек, пришедший туда в первый раз, занимается сперва пассивной деятельностью: просмотром телепередач, посещением лекций, прослушиванием музыки. Со временем у него появляется

²⁵⁰ www.andoveru3a.co.uk

возможность познакомиться с активными и разнообразными формами клубной деятельности. В «Голден Эйдж» действуют курсы по изучению языков, по художественному вышиванию, рисованию, проводятся занятия физкультурой. Постепенно возникает интерес к определенному кругу занятий.

При клубе работает туристическое бюро, т.к. большинство членов клуба предпочитают проводить январь и февраль в теплых странах. Главным здесь, в клубе, является индивидуальный подход к каждому.

Клуб пенсионеров, открытый в «Буэно-парке» (США, Калифорния), имеет площадки для активного и пассивного отдыха, конференц-зал, комнаты для кружковых занятий, залы для проведения собраний и заседаний, врачебный и процедурный кабинеты. Клуб предлагает посетителям разнообразную программу: изготовление керамических изделий, балльные танцы, уроки самообслуживания, игру в бридж, кружки живописи и рисования, оздоровительные мероприятия. В клубе также проводятся бесплатные медицинские обследования.

Программы деятельности лучших клубных центров современности направлены на признание ценности каждого человека как личности, его прав на социальную защиту, на выявление и развитие его способностей, а также на формирование взглядов и навыков, которые способны помочь в реализации данной личности как полноценного члена общества. Поэтому формы досуговой работы, применяемые на Западе, со временем могут стать действенным средством повышения эффективности работы соответствующих отечественных учреждений. Вместе с тем лишь полномасштабное изучение системы организации досуга создаст возможность для дальнейшего формирования и развития культурно-досуговой сферы.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Перечислите особенности организации скаутского движения.
2. В чем принципиальное отличие скаутского движения от пионерского движения СССР?
3. Чем скаутское движение мальчиков отличается от скаутского движения девочек?
4. Дайте общую характеристику организации профессионально-ориентационного движения в США.
5. В чем отличие деятельности Национальной организации будущих фермеров Америки и клубов по интересам «4-Эйч»?
6. Охарактеризуйте модель управления детско-молодежным движением США.

1. Дайте общую характеристику организации деятельности и системе финансирования «Ротари»-клубов
2. По каким направлениям «Ротари»-клубы осуществляют свою работу?
3. Каковы тенденции в организации повседневного досуга в трудовых коллективах зарубежных фирм?
4. Перечислите сложившиеся традиции в сфере организации корпоративного досуга среди персонала зарубежных компаний.
5. В чем суть и каковы характеристики новой модели старости, сложившейся за рубежом?
6. Дайте характеристику зарубежных программ деятельности лучших клубных центров по работе с пожилыми людьми.

6.1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИСКУССТВЕННЫХ ЗОН ОТДЫХА ЗА РУБЕЖОМ

Мировой опыт паркостроения показывает, что в различные исторические эпохи преобладало или «искусственное» начало в организации природы или же сохранение ее «естества». Каждый исторический период с присущими ему социальной структурой, общим культурным и техническим развитием по-разному применял в строительстве своих парков вышеуказанные приемы, в результате чего были созданы различные парковые стили. Так, эпоха абсолютизма, построенная на подчинении единому монарху, создала декоративный стиль французского регулярного парка, где природа целиком подчиняется искусству и все взято в рамки геометрии. Сменившая его эпоха буржуазного расцвета отобразилась в создании интимного пейзажного «английского» стиля, где природа свободна от всяких прикрас и сохраняется в естественном виде, где даже всякое небольшое сооружение лишается присущей ему геометрии, принимая очертания руин, гротов, шалашей и т. п.

В XX веке парки перестали быть местом отдыха для избранных – уже в конце XIX века многие муниципалитеты стали выделять и приспособлять для массового отдыха горожан некие свободные пространства, где располагались аттракционы, танцплощадки, «зеленые сцены» для выступлений артистов и иные демократичные увеселения. Сегодня в нашей стране подобные пространства известны как городские парки культуры и отдыха, однако в мире во второй половине XX века произошла специализация парков, их функции и технические возможности значительно расширились.

Современный парк чаще всего — это искусственная зона отдыха, территория которой может пропускать одновременно тысячи посетителей, что предполагает использование обширного штата работников. В условиях рыночной экономики современный парк должен приносить прибыль, следовательно, для продуктивной деятельности парка смена сезонов года не должна стать помехой. Не меньшее значение, чем природные условия, имеют и национальные особенности каждой страны или региона, где расположен парк. Каждый этнос имеет свою эстетическую культуру, свои обычаи, свои требования к формам отдыха и развлечений, свои национальные празднества и народную героiku.

Создание искусственной зоны отдыха также не может быть осуществлено без учета ряда иных требований:

1. Стабильность политического состояния страны. Другими словами – политическая безопасность (отсутствие в стране расположения парка возможных военных конфликтов, забастовок, политических стачек, революционных ситуаций, а также проявлений ксенофобии и национализма).

Искусственная зона отдыха представляет собой проект, в который вложены миллионы долларов. Соответственно, ни один инвестор не станет вкладывать деньги в рискованный проект. По этой причине наибольшее количество современных парков сосредоточено в странах со стабильной экономикой и политикой — США, в Западной Европе, Японии. Однако даже для этих стран возможны спады посещаемости в связи с международной нестабильностью. Так, например, в 2003 году в связи с ожиданием войны с Ираком и террористическими угрозами руководители Disney неоднократно отмечали снижение показателей тематических парков, традиционно самого большого источника прибыли компании.

2. Стабильность экономического состояния страны. Совершенно очевидно, что разработчики обязаны учитывать экономическое благосостояние населения той страны, где строится искусственная зона отдыха. Ведь нельзя рассчитывать на окупаемость проекта только исходя из финансовых возможностей богатых иностранных туристов — ставка должна, прежде всего, делаться на платежеспособность местного населения. В частности, компания Disney за счет скидок привлекает большее число посетителей из числа местных жителей Южной Калифорнии: они, к примеру, могут приобрести за полную стоимость билет в один тематический парк Disney и до 14 мая бесплатно посетить еще один тематический парк.

Совершенно очевидно также, что разработчики и инвесторы будущих парков обязаны правильно выбирать целевую аудиторию. Примером таких просчетов в мировом паркостроении можно назвать аквапарк «Серена» (Финляндия): изначально при строительстве рассчитанный не только на местное население, но и на туристов из России, парк позиционировал себя как «крупнейший аквапарк Скандинавии». Однако ожидаемого притока российских туристов не произошло, и, хотя парк впоследствии расширил сферу своей деятельности (в комплексе появился зимний слаломный курорт «Serena Ski», горнолыжная школа и проч.), в силу малой загруженности комплекс работает только по выходным дням, каникулярное время и в летний период.

Еще один пример касается другого парка – Hard Rock (США), который финансировался компанией Africa-Israel Investments в партнерстве с Polar Investments в объеме 360 миллионов долларов. Это был первый случай, когда израильские компании инвестировали в развлекательные парки «в стиле Диснея». Инвесторы искренне верили,

что вложение средств в создание парка было «уникальной возможностью для бизнеса»²⁵¹. Парк, строившийся 7 лет, действительно открылся в начале лета 2008 года (в разгар финансового кризиса) и к началу осени того же года обанкротился. Финансовый кризис не является единственной причиной плачевного конца – разработчики изначально неверно выбрали свою аудиторию: не многие люди любят тяжелый рок (семьи с детьми, пожилые люди выбирают для развлечений нечто более нейтральное), а для любителей экстремальных развлечений парки-конкуренты предлагали более низкие цены.

Стабильность экономического состояния страны, помимо вышесказанного, включает в себя и криминогенную безопасность (отсутствие картин нищеты и пристающих на улицах попрошаек, угрозы воровства и нападения преступников).

3. Безопасность географического расположения территории – низкая вероятность стихийных бедствий (землетрясений, цунами, оползней, наводнений и проч.).

4. Обеспечение экологического благополучия. Такой масштабный комплекс как искусственная зона отдыха обычно в сутки пропускает от нескольких сотен до нескольких тысяч посетителей. Это определяет большую нагрузку на территорию и может привести к нарушению экологического равновесия. Соответственно, большие финансовые затраты предприятия связаны со строительством разнообразных очистных сооружений, ибо парки должны обеспечивать:

безопасность для здоровья посетителей (чистота питьевой воды и благоприятная эпидемиологическая ситуация региона: отсутствие разносчиков инфекционных и «экзотических» болезней (мухи це-це, малярийные комары и проч.), грибковых заболеваний (особенно актуально для аквапарков), четкая работа санитарно-эпидемиологических служб, соблюдение всех технических норм безопасности для любых типов аттракционов и т.п.);

экологическую безопасность для окружающей природной среды.

5. Имитация естественной среды. Искусственный снег, водоем или гора не должны оставлять у посетителя привкуса искусственности, поэтому при разработке подобных зон отдыха используется органичное сочетание природной и искусственной среды. Например, в аквапарке «Serena» в Финляндии очень органично сочетается горный ландшафт и гидросооружения: огромные валуны «вписаны» в интерьер и придают ему скандинавское своеобразие.

При невозможности сочетания природной и искусственной среды приходится осуществлять имитацию «естественности». Так, в немецком

²⁵¹ Компания Леваева построит Hard Rock парк в США. – Режим доступа: http://usa.worlds.ru/news/news_1339.shtml

аквапарке «Tropical Islands Resort» для придания естественности имитируемому ландшафту создан живой тропический лес «Цветочный мир» и настоящий песчаный пляж площадью 860 кв.м. А искусственная горная гряда в Диснейленде (аттракцион «Большая гремящая гора») не только имитирует сам ландшафт, но и оживляет его за счет «подделок»: действующих гейзеров, жующих лосей, горных козлов, воющих шакалов, лающих псов.

6. Использование принципов занимательности и развлекательности. Искусственные зоны отдыха в абсолютном большинстве своем являются коммерческими предприятиями, следовательно, основная цель их функционирования — получение прибыли путем удовлетворения потребностей посетителей. Многообразие потребностей предопределяет типовое многообразие искусственных зон отдыха, однако в основе их функционирования все же лежит принцип развлекательности и занимательности.

7. Невозможность обеспечения самостоятельности и креативности в досуговой деятельности посетителей. При всех своих достоинствах, искусственная зона отдыха не позволяет посетителю проявить самостоятельность и креативность. Будучи предприятием, реализующим с помощью электронной техники сложнейшие современные технологии, искусственная зона отдыха четко разделяет территорию на «зрительскую» и «закулисную». В любом парке разработчики изначально решают за посетителя, где он должен удивиться или рассмеяться, в каком направлении должен двигаться, что делать, а что — ни в коем случае не делать. С одной стороны, это есть неременное условие обеспечения безопасности посетителя и возможность на столь малой территории обслуживать такие большие потоки потребителей услуг²⁵². С другой стороны, подробная проработка маршрута и поведения посетителя лишает его свободы выбора и самостоятельности, особенно если речь идет о детях.

Итак, современная искусственная зона отдыха учитывает и отражает реалии сегодняшней жизни, исходя из этого мы можем охарактеризовать ее как **массовое, демократичное, многофункциональное коммерческое предприятие, ориентированное на потребности посетителей.** При этом следует отметить, что невозможно подыскать единый критерий, по которому можно было бы построить идеальную типологию современных искусственных зон отдыха.

Удовлетворение запросов посетителей осуществляется установлением особых дифференцированных по содержанию и архитектуре типов искусственных зон отдыха, где доминирует организованная архитектура, как, например, в тематических

²⁵² Так, например, в немецком аквапарке «Tropical Islands Resort» разработчики явно перестарались с безопасностью: глубина бассейнов не превышает 1 м 35 см.

развлекательных парках Диснейленда, на выставочных территориях, в аквапарках и т. п. Дифференциации парков по своему целевому назначению целиком сопутствует различная архитектурно-планировочная организация их территории, особый характер зеленого строительства, технических сооружений и художественно-декоративного оформления. Исходя из функционального предназначения зарубежных искусственных парков, возможно разделить их на три основных типа:

1. Парки, основное предназначение которых — организация активного отдыха (спортивные парки).
2. Парки комплексного типа, совмещающие приблизительно в одинаковой мере функции развлекательные, познавательные и рекреативные (тематические парки).
3. Парки преимущественно развлекательного типа (тематические развлекательные парки).

6.2. СПОРТИВНЫЕ ПАРКИ

От привычных нам спортивных площадок в городских парках специализированные парки для активного отдыха отличаются как своими размерами, так и своим целевым назначением, своей архитектурой и планировкой. Спортивные парки рассчитаны на длительное и в основном дневное пребывание посетителей; если городские парки проводят на своей территории культурно-массовую работу, то спортивные парки предназначены в основном для разнообразных форм активного отдыха и туризма. Базы отдыха длительного и кратковременного пребывания с комплексом гостиниц, мотелей для туристов, лагеря альпинистов, спелеологов, рыболовов и охотников, спортивные поля и площадки, благоустроенные пляжи — все это в сопровождении точек обслуживания (автостоянки, рестораны и др.) размещается на территории спортивного парка.

Занимающие от нескольких десятков до нескольких сотен гектаров спортивные парки создаются в достаточно подходящих естественных условиях: на территориях богатых лесных массивов, живописных луговых пространств, на берегах мощных водоемов — озер, прудов, рек — и среди горных ландшафтов. В различных спортивных парках организованы особые формы активного отдыха в зависимости от их местных особенностей. В одних на берегах водоемов развит водный спорт и купание, в других, в случае безлесных обширных лугов, распространены различные виды спорта и т. д.

Спортивные парки также можно разделить на:

Специализированные – требуют определенных навыков и имеют ограничения по состоянию здоровья, возрасту и материальному положению посетителей.

Специализированные парки, как правило, недоступны для инвалидов, отсюда и ограничения по состоянию здоровья. Кроме того, они фактически «отсекают» ряд возрастных категорий: например, дайвинг-парки (особенно предлагающие рэк-дайвинг²⁵³) недоступны для детского возраста, горнолыжные – для людей пожилого возраста. Сужение аудитории потребителей за счет первых двух характеристик, а также большие капиталовложения при оборудовании самих парков заставляют искать богатого посетителя, следовательно, этот тип спортивных парков нельзя назвать демократичным.

Универсальные – доступны людям всех возрастов и возможностей здоровья.

Наиболее распространенной формой универсальных спортивных парков являются аквапарки. Реализацию таких крупных проектов, как аквапарк, существенно осложняют некоторые факторы.

Во-первых, это сезонность. Аквапарки на курортах полноценно работают лишь 4-5 месяцев в году, иногда даже меньше (в Украине, как правило — 3-4 месяца). Конечно, в идеале все стремятся создать зимнюю альтернативу — бизнес-центры, велосипедные трассы, роллердромы и др. — но все это требует крупных дополнительных вложений.

Во избежание потерь от сезонности, многие аквапарки строятся как гигантские крытые помещения, в которых в течение года поддерживается высокая температура воды и воздуха. Впрочем, заявленная в туристских проспектах и путеводителях температура (+30°C воды и +32°C воздуха) чаще всего в декабре-январе не дотягивает до обещанных на 8-10°C.

Учитывая сложности функционирования аквапарков в северных странах, разработчики иногда проектируют их как комплекс: например, аквапарк «Serena» и зимний слаломный курорт «Serena Ski». В рекламных проспектах аквапарк «Serena» позиционируется как самый большой в Европе (впрочем, в рекламных проспектах так представляет себя каждый второй европейский аквапарк) и предлагает для посетителей бассейны с водопадами, водные горки, джакузи, бассейн с волнобоем, выполненную в толще скалы галерею с саунами, пещерный ресторан «Гранина». Для самых смелых — аттракцион «Черная дыра» — бесшовный желобчатый спуск со световыми, звуковыми и зрительными эффектами и «Дикий поток» длиной 140 м.

«Serena Ski» представляет собой 5 освещенных горнолыжных трасс длиной в 300-400 м., разница высот 60 м., 4 подъемника, детский

²⁵³ Рэк-дайвинг – это тип погружения, при котором производится спуск на затонувшие суда или иные объекты.

подъемник, лыжная школа и прокат лыжного снаряжения и снаряжения для телемарка. Зимой многие приезжают не кататься и плавать, а «тусоваться», отсюда — широкая ресторанный инфраструктура, включающая и ресторан класса «люкс». В комплексе «Serena» также созданы условия для проведения самых разных бизнес-мероприятий.

Следующая особенность, которая, собственно, является следствием сезонности — это длительная оборачиваемость капиталовложений. Подобный аквапарку проект окупается не раньше чем через 3 года, поэтому инвестировать его может компания, имеющая, к примеру, многопрофильный бизнес, которая может вложить определенную сумму без необходимости вернуть ее в самые быстрые сроки. В то же время очень важно не завышать цены в погоне за скорой окупаемостью, ибо это грозит сложностями создания постоянной клиентской базы. Следовательно, прибыль должны приносить не высокие цены, а большие объемы продажи услуг.

Третья специфическая черта — это отсутствие целевой аудитории. Действительно, сегодня в спортивные парки приезжают совершенно разные люди. Это и элитная публика — люди с достатком выше среднего, с семьями; это и люди со средним достатком, ведущие модный ныне здоровый образ жизни; это и молодежь, нередко весьма стесненная в средствах, и пожилые люди, любящие сауну и гидромассаж. Возраст колеблется от детского до очень пожилого. Угодить всем — сложная задача.

Набор водных аттракционов в аквапарках достаточно стандартен, и в то же время учитывает разнообразие потребностей посетителей. В перечень предоставляемых аквапарком услуг, как правило, входят:

Бассейны различной глубины, в том числе с искусственным волнобоем;

Водные трассы и «трубы»;

Сауны и гидромассажные ванны;

Солярий.

Привлечение большого количества новых посетителей и создание постоянной клиентской базы, особенно в условиях высокой конкуренции, присущей, к примеру, аквапаркам Германии или Италии, возможно путем разработки и реализации оригинальной концепции и использования эксклюзивных аттракционов или культурно-досуговых программ.

Так, аквапарк Alpmare в Германии акцентирует внимание на использовании эксклюзивных аттракционов: имеет пять водяных трасс огромной протяженности со всевозможными световыми и звуковыми эффектами (скорость скольжения до 50 км/ч при уклоне до 92%), единственный в Европе серфинг в закрытом помещении, бассейн с искусственными волнами до 1 м высотой и пляжем, термальные

бассейны и джакузи, современный комплекс с соляриями, саунами и паровыми банями.

Другой германский аквапарк — Tropical Islands Resort открылся в декабре 2004 г. между Берлином и Дрезденом. Он представляет собой павильон длиной 360 метров, шириной 210 и высотой 107 метров, в котором воссоздан климат тропиков. Парк делает акцент на организации среды и на культурно-досуговых программах. Так, аквапарк включает в себя тропический лес, две лагуны, песчаный пляж, площадки для пляжного волейбола, экзотический базар и тропическую деревню с постройками в традиционном стиле Таиланда, Борнео, Бали, Полинезии, Конго и Амазонки. Каждая из них превращена в ресторан национальной кухни. В комплекс услуг входит тайский лечебный массаж, выступления танцоров из экзотических стран и полинезийские песнопения. Аквапарк работает круглосуточно, предоставляется услуга бесплатного пользования беспроводным Интернетом.

На курорте Риччионе в Италии расположено два водных парка: первый — знаменитый «Аквафан», парк с большим количеством водных аттракционов, а также с дискотеками в вечернее и ночное время, среди них есть специальная дискотека для детей «Балла кой пупи.» Это самый большой аквапарк в Италии: в нем имеются пять бассейнов с подогревом, один из которых, площадью 2.800 кв. метров, с искусственными океанскими волнами. Водные горки, фото с детьми, зона солярия, бассейны с гидромассажем, зоны для пикника, рестораны, фаст фуд, бар. Здесь также находится искусственный пляж с пляжным волейболом, баскетболом, футболом, дорожки для роликовых коньков, ночное купание. Второй — «Бич Вилладж», он несколько меньших размеров, но его преимуществом является прямое расположение на пляже. Парк имеет бассейны с подогревом, водяные горки, пляжный волейбол, водные мотоциклы, серфинг, катамараны, бассейн и игры для детей, мини-клуб с нянями. Там можно заняться культуризмом, аэробикой, водной гимнастикой. В парке также расположены точки питания, частный пляж и солярий. Вечерами проводятся тематические мероприятия, живая музыка и конкурсные программы.

Таким образом, ограниченные технические возможности аквапарков, приводящие к однообразию предлагаемых аттракционов, компенсируются возможностями дополнительного комплекса услуг, в том числе и культурно-досуговых.

6.3. ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАРКИ

Тематические парки ранее выполняли просветительную и рекреативную функцию, сегодня к ним добавилась и функция развлекательная. Все объекты этой категории возможно разделить на парки традиционных и нетрадиционных тематик.

1. Парки традиционных тематик.

Парки ботанической и зоологической тематики имеют давнюю историю. Первые парки возникали еще в XVII-XVIII веке как оранжереи и минизоопарки при дворах знатных особ. В дальнейшем парки стали открыты для посещения широкой публики. Оба типа парка отличаются от других городских парков тем, что их планировка и архитектура решаются в целях наилучшего показа экспонатов флоры и фауны, организуя движение посетителей по определенным маршрутам.

Если прежние установки по созданию **ботанических** парков сводились к показу коллекций различных экземпляров растений на весьма ограниченных по величине участках, то теперь преобладающей тенденцией в ботанических научных парках является стремление на больших территориях интересно и полноценно представить не только мировую коллекцию флоры, но и создать из нее различные пейзажи, свойственные разным странам.

Если климатические условия или финансовые и технические возможности ботанического парка ограничены, то ботаническими парками используются широкие возможности музейной практики показа — выставки, панорамы, фестивали. Так, например, много лет в Никитском ботаническом саду в Украине открыта выставка японских малых форм (бонсай).

Сочетание растительных миров леса, степи и гор в единой системе показа и размещение растений по ботаническим признакам, одновременно используемым как декоративный парковый материал, является основной особенностью, свойственной архитектуре и планировке ботанических садов и парков.

Зоологические парки имеют также значительную историю. В Европе как существующие, так и строящиеся зоологические парки давно перешли от примитивной формы «зверинца» к полноценной форме зоопарка и, в некоторых случаях, зоозаповедника.

Один из наиболее интересных в Европе зоопарков — парижский Zoo de Vincennes. Он заменил старый зоологический парк, созданный к Колониальной выставке 1931 года, ставший одним из наиболее посещаемых ее разделов: более 50000 посетителей пришли полюбоваться на животных «на свободе». Идея такого размещения животных, когда имитируется их свобода, принадлежит немцу Карлу Хагенбеку, создавшему зоопарк в Гамбурге в 1907 году. Успех зоологического парка выставки привел к идее создания более

просторного парка со стилизованными вольерами, имитирующими дику природу — естественную среду обитания каждого животного.

Переход показа животных от ограниченной системы клеток и загонов к новым более совершенным формам демонстрации животных на свободе, на фоне свойственной им географической полосы, открыли большие возможности перед архитектурой зоологических парков.

В целях наилучшего показа различных животных форм для каждого вида в зоопарках создается специфический, не лишенный декоративной бутафории архитектурный фон. Таким образом, в зоопарке появляются каменные утесы, скалы, естественные водоемы, искусственные бетонированные бассейны, рвы, разнообразные вольеры, выгулы и т. п.

Декоративность самих животных и зданий освобождает планировку зоологического парка от необходимости дополнительного декорирования.

Однако тематическим паркам трудно выжить в условиях постоянной конкуренции с иными видами культурно-досуговой деятельности, и они вынуждены дополнять свои основные функции различными развлекательными программами. Так, например, в зоопарке Zoo de Vincennes в Венсенском лесу также есть Парк цветов (Parc Floral), а в нем — мини-гольф, горки, электрические машины и маленький поезд, работает детский театр (Theatre Astral): мимы, клоуны, представления для детей 3-8 лет (во время школьных каникул представления проходят ежедневно).

Кроме того, в последние десятилетия в Европе появились новые виды зоопарков — парки насекомых, птиц, рыб. Так, например, в г. Сельва (Италия) открыт парк птиц²⁵⁴, в зоопарке Венсенского леса с середины мая до середины октября открыт Сад бабочек. А во многих странах Европы одним из самых посещаемых типов зоопарков являются океанариумы. Так, 1 мая 2002 года в Финляндии был открыт аквариум международного класса «Котка Маретариум». В нем представлен подводный мир озер Финляндии и Балтийского моря, 50 видов рыб. В тематических аквариумах представлены, в частности, горный ручей с хариусами, среднефинляндское небольшое озеро с плотвой и красноперками, озеро Саймаа с судаками и сига́ми, река Кюмийоки с жерехами и лососями, Финский залив с подкаменщиками и камбалами. Посетителей учат различать отдельные виды рыб и определять возраст рыбы. После аквариумов посетителей обслуживают магазин подарков и кафе с обстановкой в морском стиле.

Барселонский Аквариум в Испании — один из крупнейших аквапарков мира (площадь — 13 тыс. кв. м.) и прекрасное образовательное заведение. Самая интересная его часть — океанариум

²⁵⁴ Выставка для птиц// Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ. сб. — Вып. 1. — М.: РГБ, 1997. — С. 26.

диаметром 36 м и глубиной 5 м, вмещающий 4 тыс. видов рыб, располагающий двумя подводными тоннелями (86 м) с движущимися дорожками, большим выставочным залом, обзорной террасой, многочисленными аудиториями и магазином, устроенным прямо в старинном корабле, а также зимним садом и своим театром.

Таким образом, современный зоопарк уверенно идет по пути расширения своих функций: помимо научной работы по сохранению и воссозданию мировой фауны и традиционного показа жизни животных, птиц, насекомых, современный зоопарк реализует также комплекс различных культурно-досуговых программ, организует выставки, фестивали, спектакли и т.п. Включение нетрадиционных форм работы позволяет европейским зоопаркам привлекать большое число посетителей и даже уверенно лидировать в списке посещаемости. Так, например, первое место в Европе по посещаемости зоопарков занимает Берлин. В 2003 году в двух зоосадах столицы Германии побывало 3 млн. 685 тыс. 973 человека (при том, что численность населения Берлина — около 3 млн. человек). При этом западноберлинский «Зоологишер Гартен» посетило чуть больше 2 млн. человек, а восточно-берлинский «Тирпарк Фридрихсфельде» — 1 млн. 107 тыс. человек (и это – в городе, чье население равно около 3 млн. человек). Зоопарк в восточной части Берлина возник лишь в 1955 году, когда город был разделен на две части, и знаменитый «Зоологишер Гартен» остался в западной половине. Но за полвека существования «Тирпарк Фридрихсфельде» стал ничуть не менее уникальным собранием животных. Чего стоит хотя бы знаменитый бурый медведь-альбинос, встречающий посетителей у входа.

Кроме того, германские зоопарки в полной мере освоили технологии маркетинга и PR: популярность парков постоянно поддерживается с помощью печатных и электронных СМИ. Например, целую бурю интереса к животному миру у немцев вызвала он-лайн трансляция первых месяцев жизни новорожденного медвежонка Кнута, о котором сочиняли детские песенки, по телевидению непрерывно шли репортажи, а теперь, когда Кнут повзрослел – зоопарк ежегодно отмечает его день рождения «вручением» торта из замороженной рыбы, фруктов и огромных колбасных цифр, означающих возраст медведя. Как только интерес к одному животному падает, ему на смену подыскивается новая «звезда»: так, обитательнице зоопарка в Лейпциге косоглазой самке опоссума по кличке Хайди (чье косоглазие СМИ умудрились сравнить даже с загадочностью улыбки Моны Лизы) с легкой руки СМИ приписали дар ясновидения (вслед за ошеломительным успехом ясновидящего осьминога Пауля, «предсказывавшего» итоги футбольного чемпионата в 2010 году), и она даже сделала свой прогноз итогов вручения Оскаров в 2011 году.

2. Парки нетрадиционных тематик

Прообразами современных тематических парков можно считать широко известные и распространенные в усадьбах дворян парки скульптуры. Другие виды тематических парков возникли значительно позднее как собрания коллекций и, как правило, имели коммерческую направленность.

Парки миниатюр

В мире существует около 40 парков миниатюр — уникальные комплексы, позволяющие за несколько часов «посетить» до 50 стран мира и увидеть более 270 памятников мировой культуры. Наиболее известные из них — «Мадуродам» в Голландии, парк миниатюр в Швейцарии, парк «Италия в миниатюре», «Киев в миниатюре» и др.

Само название «парк миниатюр» способно ввести в заблуждение, поскольку такие парки совсем не маленькие и занимают несколько гектаров, а модели в точности повторяют оригиналы в масштабе 1:25 или 1:33 (что позволяет воспроизвести мельчайшие детали) и вовсе не кажутся игрушками — высота Биг Бена составляет 4 метра, Эйфелевой башни — почти 13 метров. Каждая модель, как и целый парк — это настоящее произведение искусства, результат фантазии дизайнеров и тонкой работы мастеров.

Помимо самих памятников воспроизводится и окружающая обстановка: элементы ландшафта, карликовые растения, железные дороги, корабли, мосты, реки, улицы, люди, что создаёт иллюзию живого, динамичного, постоянно развивающегося мира.

Каждый памятник существует в определённом историческом и культурном контексте, он неразрывно связан с важными датами, событиями, именами и легендами в истории своей страны, поэтому прогулка по мини-миру — это и небольшой экскурс в историю. Помимо тематических экскурсий в парках зачастую проводится целый ряд мероприятий: например, дни культуры различных стран и пр.

Парк миниатюр интересен всем, независимо от возраста и рода занятий. Примером такого тематического парка является «Италия в миниатюре», открывшийся 4 июля 1970 года неподалеку от города Римини. Этот тематический парк включает более 270 итальянских и европейских памятников искусства, воспроизведенных в пропорции от 1:25 до 1:50. Они окружены ухоженными цветами и миниатюрными деревьями. Можно посмотреть сверху со специального монорельсового поезда сразу всю экспозицию Италии. В парке имеется множество аттракционов для детей самого различного возраста. Ежедневно проводится большой ряд развлекательных программ. На театральной сцене Площади Италии, которая в свою очередь является реконструкцией флорентийской Площади Святого Креста в масштабе 1:4, часто проводятся представления в национальных костюмах. Здесь можно увидеть Венецию в миниатюре (она представлена 119 дворцами,

которые только в 5 раз меньше оригиналов), прокатиться по Большому Каналу на лодках по настоящей воде. В парке имеются уголки общепита и зоны для пикника.

Парки подобной тематики имеют широкое распространение по всему миру. Например, в Германии в мае 2005 года открылся «Минимундус-2» в 10 км от Линдау, расположенного на берегу Боденского озера, повторяющий «Италию в миниатюре». Хотя в «Минимундус-2» не воссозданы различные города и географические зоны Италии, как в «Италии в миниатюре», зато посетителю предоставлена возможность «путешествовать» по различным архитектурным стилям: от древнеримского до современных, любоваться макетами чудес природы со всего мира, например, Ниагарским водопадом, длиной 24 метра (каждую секунду здесь низвергается 3000 литров воды). Другой «экспонат» — французская гора Сен-Мишель, поднимающаяся из моря, с имитацией приливов и отливов, из-за которых она становится, в зависимости от уровня моря, островом или полуостровом. Парк насчитывает 85 миниатюр в масштабе 1:25, занимает площадь семь гектаров, а его смета составила 15 млн. евро без учета стоимости земельного участка. Аналогичный парк есть и в Австрии — со 170 моделями из 53 стран, занимающий площадь 2,6 гектаров.

Самый большой парк миниатюр в Европе — «Франция в миниатюре»: 150 пейзажей страны, 140 памятников известных персонажей, 15 рек, два гектара моря, а также отражены гастрономия Франции, ее история, сказки и легенды, знаменитости и события. Девиз парка — «Пройдитесь по Франции шагами гиганта». Расположение экспонатов в миниатюрной Франции соответствует их действительному местонахождению. Создание парка потребовало огромных финансовых вложений и временных затрат. Например, на воспроизведение в макете замка Шамбор ушло более 2000 часов работы. На модели стадиона Стад де Франс под Парижем можно увидеть 50 000 фигурок зрителей, и все они расписаны вручную. Полная реализация проекта Версальского сада заняла около года. А части Эйфелевой башни, находящейся в центральной части парка, собирали с вертолета.

Парк тоталитарного искусства

Еще один интересный пример тематического парка — Парк тоталитарного искусства — был открыт в Будапеште. Необычность данного проекта является свидетельством трепетного отношения венгров к своей истории: за период социалистического прошлого в Венгрии практически ежемесячно воздвигалось по одному памятнику в стиле соцреализма — историческим, политическим деятелям, идеям интернационализма и дружбы народов и т.п. Необычная любовь венгров к скульптурному искусству после демократических преобразований 1990-х годов не обернулась разгулом вандализма, как это произошло в

отдельных городах России. После запрета деятельности коммунистической партии на территории страны памятники социалистического прошлого стали, по сути, запрещенной коммунистической пропагандой и должны были исчезнуть. Однако венгры не отправили свою недавнюю историю в переплавку — вместо этого в Будапеште открылся парк тоталитарного искусства, имеющий три тематические зоны: исторические деятели социализма; тема дружбы народов и интернационализма; политические деятели социалистической эпохи в Венгрии. Интересным экспонатом парка тоталитарного искусства можно считать скульптуру Маркса в стиле кубизм. Идея данного парка, не говоря уже о сохранении своего исторического прошлого, принесла его создателям достаточную финансовую прибыль, особенно на волне интереса западноевропейских туристов к советскому тоталитаризму.

Парк подводной скульптуры

В лагуне Гренады на морском дне создан первый в мире подводный скульптурный парк «Молиньере». Автор этого скульптурного парка Джейсон Тейлор получил за свой проект мировое признание. Для того, чтобы создать этот парк в водах лагуны, английскому художнику понадобился год. Перед тем, как начать проект, Джейсон Тейлор много лет занимался дайвингом. Своими работами он хотел проиллюстрировать сложные взаимоотношения современного искусства и окружающей среды. Скульптуры, помещенные в воду, образуют искусственные рифы Карибского моря, таким образом, художник хотел подчеркнуть необходимость для современного человечества быть связанным с природой и защищать ее.

Подводная галерея с погруженными в воду скульптурами оказывает на человека огромное эмоциональное воздействие и создает абсолютно новое видение мира. Подводное экспонирование очень отличается от обычного: под водой скульптуры кажутся на 25 % больше, чем они есть на самом деле, цвета меняются и искажаются в зависимости от глубины, поскольку вода преломляет солнечный свет. При этом свет падает не сбоку, а сверху, и блики сообщают скульптурам иллюзию движения и наполняют атмосферу таинственностью.

Гостей приглашают оценить красоту подводного мира планеты и быть свидетелями медленной эволюции рифа. При погружении с аквалангом или плавании с трубкой можно погрузиться в атмосферу, пронизанную таинственностью, очутиться в морском мире, полном перспектив и красок. Туристы, которые водолазному делу не обучены, могут увидеть скульптуры, отправившись на прогулку в лодке с прозрачным дном, т.к. от поверхности воды арт-объект отделяют всего 4-6 метров.

Одна из самых больших скульптурных групп в подводном парке носит название «Чередование». Она изображает людей, стоящих по

кругу спиной к центру и держащихся за руки. Скульптура находится на глубине 5 метров, каждая фигура отлита в натуральную величину, мерки были сняты с людей, принадлежавшим к разным этническим группам. Скульптурная группа воплощает идею единства и вечности.

Со временем под воздействием окружающей среды фигуры обростут кораллами и поменяют свои формы. Тем самым работа продемонстрирует, что жизнь моря находится в постоянном движении и все подвержено постоянным изменениям. Именно такой основной замысел автор вложил в скульптурную группу «Чередование».

Парки для гурманов

Интереснейшей тематикой парка можно считать кулинарию — такие виды парков открывались в середине 1990 — начале 2000-х годов в Японии. В настоящее время в Японии насчитывается уже 30 крупных парков для гурманов. Местная администрация, которая из всех сил старается завлечь в свой район туристов, тоже проявляет большой интерес к таким проектам. Поэтому число тематических парков, стимулирующих развитие региональной экономики, неуклонно увеличивается.

В окрестностях Токио в городском парке был открыт «Лес сладостей». Здесь продаются конфеты и пирожные, а также знаменитые «данго» — клецки со сладкой начинкой. Парк обслуживают двенадцать кондитерских фирм, в штате которых есть сотрудники, получившие за свое мастерство международные премии и прошедшие практику в престижных ресторанах и кондитерских магазинах Франции. Посетители парка могут не только съесть только что изготовленные сладости, но и полюбоваться работой поваров, демонстрирующих публике свои навыки, пройти мастер-классы.

Итак, краткий обзор деятельности тематических парков показывает, что изначально они представляли собой комплексные досуговые учреждения, реализующие функции познавательные, рекреативные и развлекательные. Однако в последние десятилетия тематическим паркам приходится конкурировать с парками развлекательного типа, которые пользуются все большей популярностью среди населения. Акцентируя внимание на обеспечении развлекательной функции (т.е. включая в перечень своих услуг игровые программы, приглашая профессиональных аниматоров и креаторов), они, по сути, приближаются к типу развлекательных тематических парков, о которых пойдет речь в следующем разделе.

6.4. ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ПАРКИ

В городах средневековой Европы искусственных зон отдыха в городских пространствах просто не существовало, однако бытовало нечто подобное Летнему саду в Санкт-Петербурге, выражаемое словосочетанием «сады удовольствий». Такие сады, обычно разбивавшиеся на окраинах города, были местом праздников, гуляний, танцев, игр и катаний, фейерверков. Большинство садов удовольствий исчезло уже к началу XVIII века, но примечательным исключением стал самый старый в мире парк аттракционов «Баккен» в Клампенборге (Дания). Этот парк был открыт в 1583 г. и является предком современных парков развлечений.

Тематические развлекательные парки в силу своих специфических устройств образуют целую систему больших парковых территорий, обслуживающих население практически всех возрастов различными видами культурно-досуговой работы. Самые первые тематические развлекательные парки ставили целью организацию семейного отдыха, т.е. родителей с детьми, поэтому необходимость использования природных условий в архитектуре парка уступала задачам создания специфического «детского» пейзажа, где эстетика паркового пейзажа или сооружения приспособлялась к поведению и мировоззрению юных посетителей.

История открытия нового типа парков связана с именем Уолта Диснея. В литературе отражены разные сведения о возникновении у Диснея идеи данного типа парков. Так, в статье «5-летний юбилей европейского Диснейленда»²⁵⁵ приводятся сведения о случайном озарении Диснея в период его тяжелых психологических переживаний. В книге Даниеля Гросса²⁵⁶ говорится о длительном вынашивании идеи семейного парка и ее реализации через много лет в виде Диснейленда. Как бы там ни было, 17 июля 1955 года Диснейленд открыл свои двери посетителям с такими словами: «Всем, кто входит в это счастливое место: Добро пожаловать! Диснейленд создан для идеального, для мечты и для реальностей, которыми была создана Америка — в надежде, что каждый сможет здесь обрести силу, запастись радостным расположением духа и вдохновением». Так Уолт Дисней сделал марку «Дисней» синонимом превосходного семейного развлечения.

На строительство парка было потрачено 17 миллионов долларов. Впрочем, затраты окупились в рекордные сроки, а чистая прибыль превышала бюджет строительства в десятки раз.

²⁵⁵ 5-летний юбилей европейского Диснейленда//Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ.сб. — Вып.7. — М.:РГБ,1997. — С.32-37.

²⁵⁶ Гросс Д. Величайшие истории о бизнесе всех времен/ Д.Гросс. — Алматы:IPA House,1998.

В продвижении еще не построенного парка Уолт Дисней превзошел сам себя. В 1954 году в США появилась телепрограмма, которая называлась «Диснейленд» и рассказывала о строительстве Диснейленда. Каждую неделю зрители смотрели, как в Калифорнии появляется сказочная страна. А Дисней на все обвинения в рекламной шумихе отвечал: «А я никогда и не называл это искусством. Это шоу-бизнес».

Зато когда 17 июля 1955 года состоялось открытие парка, на него приехали 28 тыс. человек (хотя парк мог вместить не более 15 тыс.). Несмотря на то, что гости вязли в расплавившемся на солнце асфальте, давились в очередях в туалеты и за питьевой водой, а тысячи людей, не покупая билеты, просто перелезли через забор, 90 млн. телезрителей увидели грандиозный праздник, с которым Диснейленд ассоциируется и поныне.

С момента открытия второго Диснейленда – огромного парка Walt Disney World в начале 1970-х, — компания Walt Disney поставила себе цель выйти за пределы США. В 1983 году открылся токийский Диснейленд, за которым в 1992 году последовал Диснейленд в Париже. А в промежутке между 1993 и 1997 годом компания сосредоточила усилия на поиске места для нового парка в юго-восточной Азии и Австралии. К 1997 году основным кандидатом стал Гонконг, и начались переговоры с администрацией города, в 1999 году завершившиеся подписанием договора на строительство на острове Лантау нового парка Диснейленд. За последующие два года рабочие сумели расширить площадь острова на 185 гектар, подняв дно моря на 30 метров и переработав 40 миллионов кубических метров грязи и песка. 12 сентября 2005 года гонконгский Диснейленд открыл свои двери.

В настоящее время компания «Уолт Дисней» — третья в мире по величине медиа-компания, объединяющая пять основных видов бизнеса: сеть средств массовой информации, студию развлечений, тематические парки массовых посещений, потребительские продукты, а также маркетинг (прямой и через Интернет).

Компания владеет тематическими парками, отелями, круизными судами, магазинами, сетью вещания: 10 телевизионными станциями, 9 международными каналами, 42 радиостанциями, порталом Интернета, пятью крупными веб-сайтами в Интернете и долями в девяти кабельных сетях США²⁵⁷.

Бренд Диснейленда обеспечен за счет практически безупречной информационной поддержки, которой сопутствует весь спектр маркетинговых акций. В результате компания Disney получила пять основных преимуществ сильного бренда:

²⁵⁷ Диснеевский стиль обслуживания клиентов//Русский бизнес-клуб. 18 января 2005. – Режим доступа: <http://rbclub.ru>

Значительная, зачастую доминирующая, стабильная доля рынка

Disney доминирует на рынке мультипликационных фильмов и тематических парков, кроме того, компания занимает одно из первых мест в производстве художественных фильмов.

Более высокие цены

Развлечения в тематических парках, проживание в гостиницах и всевозможные товары и услуги Disney продаются по значительно более высоким ценам, чем товары и услуги конкурентов.

Расширение ассортимента товаров, выпускаемых под одним брендом

После успеха первого мультфильма про Микки-Мауса бренд распространился на фильмы, программы для сетевого и кабельного телевидения, тематические парки, гостиницы, всевозможные товары и даже команду Национальной хоккейной лиги — Mighty Ducks.

Выход на новые рынки

Предназначая сначала свою продукцию для детей, сегодня бренд адресован гораздо более широким группам — «от 6 до 60».

Расширение географии

Диснеевские фильмы смотрят, а товары приобретают жители многих стран. Тематические парки есть в Анахайме (Калифорния), Орlando (Флорида), в Париже, Токио, Гонконге. Во многих городах мира открыты магазины товаров с логотипом Диснейленда, в 2005 году такой магазин существовал и в Санкт-Петербурге.

Тем не менее, в сфере развлекательного бизнеса, как и в остальных сферах, имеется ряд проблем: растущая конкуренция, плотный (тесный) рынок рабочей силы, вопросы эффективности работы с партнерами и удовлетворенности клиентов и т. д.

Перед всеми парками развлечений стоят те же проблемы:

Проблема конкуренции.

В бизнесе тематических парков конкуренция велика. Например, только в сравнительно небольшой по площади Германии в середине 1990-х годов насчитывалось около 60 тематических развлекательных парков. Другой пример особо жесткой конкуренции — один из конкурентов инвестировал более миллиарда долларов в парк, расположенный всего в десяти милях от Walt Disney World.

Для того, чтобы оставаться конкурентоспособными и привлекать посетителей повторно, искусственные зоны отдыха и развлечений вынуждены ежегодно обновлять парк аттракционов в среднем на 25-30%, таким образом, через 3-4 года посетитель должен приходить в абсолютно новый для него парк. Разумеется, это неизбежно ведет к увеличению цен на билеты (так, например, с 1998 года цены на билеты в Disneyland выросли на 24%, в то время как число посетителей снизилось более чем на 1 млн. человек). Выходом из ситуации компания Disney

видит в привлечении посетителей из числа местных жителей за счет скидок.

Параллельно разработке новых аттракционов происходит ежегодное обновление игровых программ. Так, например, девизом сезона 2002 года испанского парка «Терра Митика» стал лозунг «Развлечения — это наша история!». Разнообразные предложения развлечений по тематической концепции парка «Терра Митика», разделенного на пять основных миров зоны Средиземноморья (Египет, Греция, Рим, Иберия и Острова) в 2002 году были дополнены тремя детскими представлениями «Стрельба из арбалета», «Первый всадник» и «Путешественники по Средиземному морю», а в 2003 году — магическим спектаклем «Иды Марса или Орлиная охота», в которой с точностью воспроизводится охотничье искусство.

Кроме того, если для парка остро стоит проблема сезонности, администрация вынуждена обеспечивать строительство и работу зимних аттракционов, бизнес-центров на территории парка, заполняемость гостиниц и т.п.

Проблема эффективного взаимодействия работодателя и работников

Например, Walt Disney World — это самый крупный работодатель США, расположенный на одной площадке. Здесь трудятся 55 000 «членов труппы» — так по-диснеевски называются сотрудники. Члены труппы обслуживают и развлекают миллионы посетителей, или как их называют по-диснеевски, — гостей. Эффективность взаимодействия работодателя и членов труппы обеспечивают 32 отдельных профсоюза, 10 коллективных соглашений.

Проблема постоянного разнообразия приемов обслуживания гостей

Например, Walt Disney World вынужден привлекать новых партнеров для обслуживания гостей на своей территории, а это, в свою очередь, требует сохранения диснеевских стандартов обслуживания в ресторанах и гостиницах, которые не принадлежат Диснею, чтобы гости даже не заметили разницы.

Проблема высокого уровня сервиса

Сохранить клиентов возможно при условии их удовлетворенности. А потребители в целом становятся все более требовательными к уровню сервиса. Значит, необходимо сделать так, чтобы гость восхищался каждый раз, когда он посещает тематический парк развлечений, потому что успех парка во многом зависит от этих «повторных» посетителей, что требует поднятия планки уровня обслуживания на новую высоту.

Впервые проблема обеспечения качественного обслуживания посетителей развлекательного парка была поставлена и успешно решена Уолтом Диснеем.

Качественное обслуживание, по У. Диснею, означает:

1. превышение ожиданий гостей;
2. внимание к деталям²⁵⁸.

Претворить в жизнь два требования, данные в определении качественного обслуживания, значительно труднее, чем дать им определение.

Превышение ожиданий гостей определяется как *Фактор «WOW!»*. Возглас изумления «вау» — это не только соответствие увиденного заранее составленному мнению о том, каким должен быть отдых в Диснейленде, но и выход за пределы ожиданий.

В Компании Walt Disney World Resort превышение ожиданий клиентов — это стандартная должностная обязанность на каждый рабочий день. Работники компании всегда неизменно вежливы и предупредительны, готовы помочь при любом затруднении и проводить гостя, если в этом возникает необходимость. Превосходная услуга, оказанная работником компании один на один с клиентом, — это лишь элемент работы по превышению пределов ожидания гостей. Это означает особое внимание к каждому аспекту гостевого опыта, анализ такого опыта с точки зрения гостя, понимание потребностей и нужд гостя и направление каждого элемента бизнеса — от дизайна отдельного элемента инфраструктуры до взаимодействия гостя и «труппы» — на создание исключительного опыта для каждого из гостей.

Второй элемент — **внимание к деталям** — означает учет *Фактора «качающейся лампы»*. «Качающаяся лампа» родилась во время съемок фильма «Кто подставил Кролика Роджера» на студии Уолт Дисней Пикчерс. Фильм представлял собой инновационный микс художественного фильма и мультипликации. В одной сцене герой фильма Боб Хоскинс ударяется головой о лампу, свисающую с потолка. Лампа качается туда-сюда, а вместе с лампой качается и тень от нее.

Во время съемок лампа вместе со своей тенью появляется в кадре художественного фильма, так же как они бы появились в реальной жизни. При введении в сцену рисованного персонажа Кролика Роджера никакая тень его лица не пересекала. Большинство зрителей не заметило бы разницы, и, разумеется, сцена могла быть снята без того, чтобы Хоскинс налетал на лампу. Но художники-мультипликаторы фильма сделали так, чтобы тень на Кролике точно отражала движущуюся тень лампы из художественного фильма, в каждом из двадцати четырех кадров в каждую секунду показа сцены. Они обратили особое внимание на детали и проделали всю эту дополнительную работу в силу своей приверженности принципу обеспечения гостям качественного опыта.

Действительно, Уолт Дисней был знаменит своим умением замечать мельчайшие детали, и он сделал так, чтобы все его сотрудники не упускали ни одной детали. Это можно заметить в гриме, одежде и поведении аниматоров (например, капитан Джек Воробей не только одеждой и внешностью похож на Джонни Деппа, но также в общении с гостями парка полностью копирует движения и мимику своего киноперсонажа); во множестве мелких объектов (например, на могилах кладбища возле «Особняка с привидениями» неверным светом мигают фонари, а на надгробии ковбоя стоят ковбойские сапоги; на аттракционе «Большая гремящая гора» в момент, когда поезд медленно взбирается вверх на гору, за проезжающими вагончиками следит блеющий горный козел; на берегу озера проплывающих на пароходике гостей провожает взглядом семейство лосей, «жующих» травку). Все эти и многие сотни других деталей требуют дополнительных финансовых вложений, однако экономия на мелочах не позволила бы парку стать лидером в своей сфере.

Принцип внимания к деталям можно увидеть и в расположении мусорных урн — в интервале ровно через 27 футов (около 8 метров), так как дизайнеры парка точно рассчитали, сколько средний человек будет нести мусор в руках, прежде чем швырнет его куда-нибудь. Кстати, дизайн урн также меняется, отражая тематику каждой зоны парка.

Превышение ожиданий гостей и внимание к деталям — это две неразрывно связанные задачи. Занимаясь деталями, компания, таким образом, превышает ожидания гостей. Возможно, ожидания совсем и не фиксируются сознанием — просто внимание гостей не отвлекается на посторонние детали.

Таким образом, диснеевский цикл качественного обслуживания означает общекорпоративный процесс, генерирующий качественное обслуживание. По своей сути цикл формирует совместное видение обслуживания, а затем выстраивает в ряд главные элементы, которые являются общими для всех организаций, — людей, инфраструктуру и процессы — в единое всеобъемлющее усилие по внедрению этого видения в жизнь.

Итак, работа современных развлекательных парков за рубежом соответствует основным требованиям, которые можно сформулировать следующим образом:

- 1) В развлекательных парках, основную массу посетителей которых составляют семьи с детьми, все должно «работать» на ребенка; все элементы, начиная от крупного сооружения, кончая простым аттракционом и скамейкой, и сама природа должны служить фоном для детских игр и занятий. Территория развлекательного парка должна быть насыщена игровыми лужайками, искусственными горками, ручейками, занимательными аттракционами; в оформлении должны преобладать как спортивные, так и научные или сказочные темы.

2) В архитектуре развлекательного парка вопрос масштаба является весьма существенным. Развлекательному парку присуще отсутствие монументальности, небольшая этажность зданий, низкорослая зелень, цветущий кустарник, небольшие деревья, разнообразный травянистый покров и множество цветов.

3) Развлекательные парки должны отвечать принципам занимательности, развлекательности и эстетического воспитания своих посетителей. Следовательно, они должны иметь соответствующим образом организованную территорию для устройства массовых действ и различных праздников.

4) Парки развлекательного типа представляют собой закрытый многофункциональный комплекс, самостоятельно осуществляющий полный цикл обслуживания посетителей.

5) Чаще всего парки развлекательного типа соседствуют с территориями, привлекательными для туристов (например, Евродиснейленд находится в 32 км от Парижа, а испанский парк «Магический остров» вообще расположен в исторической части города Севилья), при этом, хотя они «оттягивают» на себя потоки туристов, одновременно они повышают аттрактивность данной территории.

6) Качество обслуживания посетителей должно соответствовать имеющимся международным стандартам, заложенным концепцией Уолта Диснея.

Успехом большинства современных тематических парков, как и Диснейленда, являются уникальные развлечения, которые основаны на приключениях киногероев или героев мультфильмов. Неизменно высокая планка качества обслуживания посетителей, принятая в Диснейленде, детерминирует подобный уровень обслуживания и в других развлекательных парках.

ПАРК «КИНОМИР УОРНЕР БРАЗЕРС»

Идея обустройства аттракционов в соответствии с тематикой картин кинокомпании Warner Bros. получила воплощение в развлекательных парках «Киномир Уорнер Бразерс»²⁵⁹ в Германии и Испании. Свободное падение с высоты 100 м, «мертвая петля» на трассе в 2000 футов, гонки на полицейских автомобилях с кажушейся неизбежностью столкновения с горящим автомобилем (фильм «Смертельное оружие»), нападения жутких существ (фильм «Гремлина»), трюковое шоу «Полицейская академия»²⁶⁰, комбинация

²⁵⁹ Сайт парка: www.movieparkgermany.de

²⁶⁰ См.: Открытие нового парка «Киномир Уорнер Бразерс»// Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ.сб. — Вып.2-3. — М.:РГБ,1997. — С.42-44; Италия: в стране чудес и аттракционов// Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ.сб. — Вып.10 — М.:РГБ,1997. — С.20-21.

захватывающих аттракционов, невероятных представлений, огромных садов, ресторанов и баров — администрацией были приложены все усилия для создания здесь атмосферы, фантазии и ощущений, царящих на площадках Голливуда (об этом говорит и выбор пяти тематических зон — Hollywood Boulevard, Cartoon Village, Old West Territory, DC Super Heroes World).

«ЕВРОПА ПАРК»

В Германии конкурентом «Диснейленду» считается «Еуропа парк»²⁶¹. Название объясняется двумя причинами. Во-первых, географическое положение — здесь сходятся границы Германии, Франции и Швейцарии. А во-вторых, в парке можно за один день посетить Австрию, Великобританию, Германию, Голландию, Испанию, Италию, Россию, Францию, Швейцарию и страны Скандинавии.

Каждая страна в парке, как и её оригинал, имеет свои особенности: Италия — дворцы в стиле барокко, Венецианский карнавал, шоу «Гладиаторы идут»; Испания — фламенко-шоу и рыцарские турниры, Греция — аттракцион «Посейдон» с водной горкой длиной 850 м (скорость до 70 км/час.), Швейцария — швейцарский квартал, аттракционы «Молния Маттерхорна» и «Швейцарский бобслей», мультимедийное шоу, где среди спецэффектов есть Гроза и Снег.

В «европарковской» России стоит ГУМ, недалеко от него — русские горки «Евромир». Трасса проложена вокруг нескольких громадных зеркальных башен. В русской деревне цветут подсолнухи, звонят колокола, ходят парни в поддевках, народные умельцы обжигают горшки, пишут иконы, выдувают из стекла сказочные цветы, люди катаются на саях по тайге, можно отправиться в полет на авиасимуляторе Kamchatka Airline или купить Бабу-Ягу в магазине «Бабушка».

ПАРК «ФУТУРОСКОП»

«Futuroscope»²⁶² — единственный в мире парк, полностью отданный в распоряжение новейшим аудио-визуальным технологиям и построенный исключительно на визуальном восприятии и интерактивных развлечениях (г.Пуатье, Франция).

Всего в парке около 20 аттракционов, но это тот случай, когда берут не количеством, а качеством. Кинотеатр «Le Solido» («Солидо») и аттракционы некоторых залов позволяют посетителям ощутить себя

²⁶¹ Сайт парка: www.europapark.de

²⁶² Сайт парка: www.futuroscope.com/

птицей или бабочкой и в полной мере прочувствовать прелесть полёта. Кроме того, можно совершить виртуальный полет на воздушном шаре, попробовать профессию аквалангиста или каскадера или проверить свою выдержку, посетив аттракцион, где имитируются стихийные бедствия. (Представьте, что во время поездки в метро вдруг начинается землетрясение: вагоны сходят с рельсов, валится потолок, рушится надземное шоссе и многотонные грузовики падают практически рядом со зрителями).

Большое впечатление на гостей парка производит музыкальное шоу «Лазерные видения над озером». На огромном экране, образованном из миллионов капелек воды, отображаются лазерные проекции различной тематики под разную музыку.

ПАРК «ДИСНЕЙЛЕНД»

Рассмотрим опыт работы Европейского Диснейленда под Парижем (Disneyland Resort Paris)²⁶³. На его территории находятся два тематических парка Disneyland Park (с 1992) и Walt Disney Studios Park.

Парк Disneyland Park состоит из 5 частей:

1. «*Main street U.S.A*» включает 5 аттракционов, 15 магазинов, 2 ресторана (по меню) и 8 ресторанов (шведский стол).

Как только гости входят в Диснейленд — попадают на главную улицу, которая напоминает Америку рубежа XIX—XX веков. Здесь гуляют герои Уолта Диснея и проходят красочные парады. Обилие магазинов и кафе не оставляет ощущения единообразия, напротив, каждый магазин предлагает свой набор товаров с неизменным логотипом Диснейленда, а в магазине сувениров изготовление фигурок из стекла производится прямо на глазах публики. В кафе-ресторанах, несмотря на потоки посетителей, официанты осуществляют обслуживание в максимально короткое время. Следует отметить, что в Евродиснейленде присутствует свой, французский, стиль обслуживания посетителей — здесь невозможно встретить американские хот-доги, попкорн и колу, продаваемые на улице. Дело в том, что американский Диснейленд ориентирован на вкусы детей, в то время как Евродиснейленд — на вкусы взрослых, поэтому здесь посетителям предлагается по-французски посидеть в многочисленных уютных кафе и ресторанчиках.

Каждый день на Главной улице проходит гранд-парад живых Аладдинов, Русалочек и прочих любимцев публики. По вечерам — обязательное прощальное шоу, завершающееся фейерверком.

В первой зоне находится станция «Main street» железной дороги Диснейленда, по которой можно отправиться в путешествие по всему

²⁶³ Сайт парка: www.disneylandparis.com/

парку. Путешествие из одной области сказочной страны в другую осуществляется на паровозе, маршрут которого проходит по живописным ландшафтам, пещерам гномов и с остановками в других зонах парка.

2.«Frontierland» — Пограничная земля, мир вестерна — включает 10 аттракционов, театр «Charaagal», магазин, 5 ресторанов. Наиболее популярные аттракционы: "Большая гора" и "Дом с привидениями".

Взрослым предоставляется возможность в стилизованном под американскую лавку магазине купить ковбойские сапоги или шляпу с шерифским галстуком, пострелять в тире, покататься по озеру на лодке, каноэ или на парходе времен Марка Твена, подкрепиться в ковбойском ресторане барбекю, зайти в салун "Лаки Наггет" посмотреть на канкан. Детей можно на это время оставить в Индейской деревне Покахонтас.

Для детей и взрослых интересен аттракцион с участием привидений из Поместья фантомов (фильм «Особняк с привидениями»), правда, его не рекомендуется посещать людям суеверным и очень впечатлительным. Учет всех мелочей и деталей, как условие функционирования Диснейленда, присущ и этому аттракциону. Так, на входе посетителей встречают аниматоры в костюмах персонажей из «Семейки Адамс». Их задача — настроить посетителей на определенный лад — таинственно-восторженный, ибо цель аттракциона состоит не в том, чтобы напугать, а в том, чтобы позабавить и удивить технологиями. Дабы посетитель не упустил ни малейшей детали, его «провозят» по подземелью на специальном транспорте — в гондолах, которые в нужном месте разворачиваются для обеспечения наилучшего обзора. Таким образом, невозможно не заметить самостоятельно играющее пианино, возникающих в воздухе духов, бряцающих цепями, множество других мелких деталей и персонажей. Все световые и лазерные технологии сопровождаются соответствующим аудиооформлением, в результате чего оказываются задействованными различные рецепторы восприятия человека, а глубина иммерсии значительно увеличивается. Иногда для обеспечения более полного эффекта транспорт с посетителями вдруг якобы «застревает» в подземелье на одну минуту, и тогда гостям может угрожать «нападение» завывающего волчьего скелета или «смерть» от пули сумасшедшего ковбоя.

Еще один аттракцион, где учтены все детали — предлагаемая для взрослых и детей поездка на стареньком поезде по туннелям и подъемам «Гремящей горы». Аттракцион пользуется неизменной популярностью, поскольку за несколько минут поездки посетитель многократно вскарабкивается в вагончике на высоту и низвергается то в абсолютную темноту туннеля, то в изломанную под разными углами пропасть. Одна впадина даже находится в опасной близости к воде, и при ее пересечении над головами несущихся в вагончиках посетителей

взлетает фонтанчик воды. Тем не менее, аттракцион считается абсолютно безопасным, и единственным запретом для посетителей является выход из вагончика непосредственно при его движении.

3. «Adventureland» — Страна приключений — включает 6 аттракционов, 4 магазина, 6 ресторанов. Наиболее популярные аттракционы: «Карибские пираты», «Дом на дереве швейцарской семьи Робинсон», «Индиана Джонс».

Дом Робинзона Крузо выстроен на высоком дереве посреди необитаемого острова. Дерево полностью является творением рук человека, однако привкус искусственности отсутствует — даже на фотографии трудно отличить настоящую растительность от искусственного дерева.

Аттракцион «Индиана Джонс» — заброшенный город, Дикий Запад и индейцы плюс мистика и древние идола — придумал автор «Индианы» и «Звездных войн» Джордж Лукас.

В связи с описанием этой части парка хотелось бы отметить отличие Европейского Диснейленда от его американского прообраза — в Евродиснейленде органично соседствуют искусственные деревья, скалы и водопады с естественной природой. Так, вокруг Острова Приключений мирно живут водоплавающие птицы, что способствует формированию ощущения абсолютной естественности окружающих пейзажей.

На Острове Приключений любителей острых ощущений подстерегают тоннели, таинственные пещеры и висячие мосты, вызывающие неизменный восторг малолетней публики — ведь здесь ребенку можно раскачиваться и прыгать, не опасаясь травм и падений (безопасность прежде всего — таков лозунг любого аттракциона). Выход из подземных лабиринтов заканчивается попаданием к карибским пиратам.

4. «Fantasyland» — Страна фантазии — включает 13 аттракционов, 1 театр, 7 магазинов, 7 ресторанов.

Эта часть парка предназначена в основном для самых маленьких. Наиболее популярные аттракционы: «Винни Пух и его друзья», «Полет Питера Пена», «Фантастические приключения Пинокио», «Рыцарь Ланселот». Карусели Ланселота имеют сюрприз: карусельные лошади оказываются брыкающимися и галопирующими конями.

Под замком Спящей Красавицы в пещере живет огнедышащий Дракон, который может напугать детей, но неизменно нравится тинэйджерам и взрослым. Этот «живой» дракон не только абсолютно естественно передвигается, шевелит лапами и хвостом, но и моргает, выпускает дым из пасти и следит взглядом за проходящими — еще один пример внимания разработчиков аттракциона к мелочам.

В дальнем конце парка находится Лабиринт Алисы, заслуживающий внимания и требующий смекалки. Следует также

отметить ту особенность, которую внесли разработчики Евродиснейленда: Лабиринт Алисы напоминает парковый ансамбль Версаля, хотя и включает неизменные атрибуты американского лабиринта: играющие фонтаны, улыбку Чеширского Кота и проч.

5. «Discoveryland» — Страна открытий — включает 9 аттракционов (самых технически сложных), 1 театр, 2 магазина, 2 ресторана. Наиболее популярные аттракционы «Космическая гора» и кинотеатр со стерео-голографическими эффектами изображения.

Также стоит отметить специфику Евродиснейленда, где галактическое приключение аттракциона «Космическая гора» напоминает полет из пушки на Луну, описанный Жюлем Верном. Перед самым полетом сотрудники космодрома прощаются с экипажем, состоящим из гостей. Скорость, иллюзии и мистика, обещанные в начале аттракциона, полностью подтверждаются. Кроме того, на аттракционе «Космическая гора», как и на большинстве других экстрим-аттракционах, стоят скрытые фотокамеры, и после «приземления» экипажу открывается целая галерея фотографий с соответствующими (не всегда геройскими) выражениями лиц. Если потрясение от аттракциона не слишком велико, можно купить свое фото на память.

В целом же следует отметить, что каждая зона Диснейленда представляет собой особый мир, где с неизменным вниманием к деталям и мелочам выдержан свой специфический стиль, начиная от архитектурной планировки территории и заканчивая дизайном магазинов (так, магазин-ковбойская лавка в Frontierland разительно отличается от романтично-сказочных магазинов в Fantasyland).

Если парк Диснейленд ориентирован на семейный отдых и развлечения, то в Евродиснейленде существует и второй парк – Walt Disney Studios Park («Студия Уолта Диснея») – для взрослой аудитории. Он предлагает более экстремальные виды развлечений («Рок-н-рольные горки под музыку Аэросмит», свободное падение в лифте «Башни ужаса в Сумеречной зоне»), имитацию посещения съемочных площадок, симуляцию-погружение в фильмы (например, путешествие в подводном мире с персонажами «В поисках Немо», космические приключения по мотивам фильма «Армагеддон»), автошоу и другие аттракционы, включающие в себя кинотрюки и т.п.

Приведенный выше перечень аттракционов показывает, что посетить их все за один день не представляется возможным, поэтому рядом с Диснейлендом находятся 7 гостиниц, каждая из них оформлена в особом стиле. Кроме того, имеется 8 ресторанов, шейк-бар, торговый центр сувениров, дискотек, шоу-вестерн «Buffalo Bill's Wild West Show», кинотеатр. Между гостиницами и парком курсирует бесплатный автобус.

Принцип превышения ожиданий посетителей, на который ориентирована работа Диснейленда, уже ввел в норму круглогодичный

цикл работы парка без выходных дней. Билет в виде магнитной карты действует на все аттракционы на территории парка, что лишает посетителей сомнительного «удовольствия» простаивать в очередях по несколько часов. Справедливости ради следует отметить, что на особенно популярные аттракционы очередь все равно существует, и если посетитель не хочет простаивать в «живой» очереди, то может бесплатно приобрести билетик для другой очереди — тех, кто идет «по номеркам». Как правило, наиболее популярны среди публики те аттракционы, которые вызывают большой выброс адреналина, следовательно, они не всем подходят. Во избежание угрозы здоровью посетителей (например, сердечникам, гипертоникам, беременным) в Диснейленде возле аттракционов стоит запрещающий знак и мигающая лампа.

Для людей с ограниченными возможностями существует дополнительная программка «Путеводитель для гостя-инвалида» (Disabled Guest Guide), этот буклет гость может взять в главном входе в Парк или в информационных сервисах. Для слабовидящих людей в сервисных пунктах есть путеводители, выполненные шрифтом Брайля. Диснейленд спроектирован с учетом возможностей проезда колясок практически везде, но для въезда на аттракционы гость должен справляться сам (персонал, согласно правил Диснейленда, не обязан оказывать подобную помощь), для инвалидов в колясках при просмотре спектаклей и проведении Большого парада огораживается специальное место, чтобы другие люди не закрывали обзор.

Зарубежные искусственные зоны отдыха прошли успешный путь от начального этапа своего становления до современного бурного развития.

Рассмотренный в данной главе опыт становления различных типов искусственных рекреаций позволяет заключить, что это направление социально-культурной деятельности имеет реальные перспективы на российском рынке. И, хотя для России подобная сфера деятельности по вполне понятным причинам потребует значительно больших капиталовложений, тем не менее, общемировые закономерности развития досуговой деятельности не обойдут стороной и Россию.

Сегодняшний российский потребитель культурно-досуговых услуг уже не довольствуется их количеством, он, как и западный потребитель, больше тяготеет к качеству оказываемой услуги. Чтобы сделать услугу более привлекательной для клиента, зарубежные проектировщики искусственных рекреаций тратят огромные деньги на креативную и техническую составляющие, и в этом направлении, можно сказать, они практически исчерпали свои возможности. Доказательством тому служат выявленные в данной главе закономерности функционирования

искусственных зон отдыха: несмотря на то, что новые объекты открываются чуть ли не ежемесячно, в их тематике и техническом оснащении практически нет новизны.

Поскольку это так, то в условиях возрастающей конкуренции мы входим в эру новых отношений производителя культурно-досуговых услуг и их потребителя. Услуги становятся просто реквизитом, вовлекающим клиента в эту новую эпоху. Клиенты хотят получить запоминающееся событие, и производители должны стать постановщиками таких событий, следовательно, основной акцент переносится на сферу социокультурной анимации. А в этой сфере, как известно, Россия никогда не отставала от других стран.

6.5. НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

В 1990-е годы на первый план в шкале жизненных ценностей постепенно вышла потребность в интересном проведении досуга. «Интересно» – это резюме активно-деятельностной формы существования. В таком ракурсе целевой задачей досуговой сферы является стимуляция активности потребителя. По мнению зарубежных специалистов, обеспечить интересное проведение досуга возможно благодаря новым электронным технологиям, а именно:

- использование новых возможностей кабельных сетей,
- внедрение цифрового вещания,
- развитие систем виртуальной реальности.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ КАБЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Развитие кабельных сетей привело к так называемой глобализации телевидения во всем мире. Глобализация телевидения является следствием получившей начало в США эры кабельного телевидения. В результате Штаты долгое время имели много больше телеканалов, чем другие страны. В 1980-е годы многоканальное телевидение в связи со снижением стоимости запуска спутников связи стало распространяться по всему миру. Развитие кабельного телевидения значительно увеличило пропускную способность трансляционных систем. При этом государственное телевидение многих стран мира могло предложить только небольшое число собственных программ, которые, к тому же, зачастую были просто скучными. Американские телекомпании, с самого начала поставленные на коммерческую ногу и готовые к работе в условиях рыночной конкуренции, имели к этому времени такие каналы передач, как CNN, Nickelodeon, MTV и располагали огромным количеством комиксов, старыми «мыльными операми», классическими фильмами. Именно этот материал лег в основу развития глобального телевидения. В настоящее время этот процесс ускоряется в связи с переходом на цифровое телевидение, которое позволяет передавать в 8-12 раз больше телепрограмм.

Кроме того, постоянное совершенствование кабельных сетей позволяет расширять их возможности. Принцип активного взаимодействия в сфере средств массовых коммуникаций подразумевает не только возможность потребителя выбрать одну из многих транслируемых программ, но и способность контролировать действие в рамках выбранной программы. Так, например, распространение системы, изобретенной канадской кабельной

компанией «Видеотрон», позволяет зрителю передач самостоятельно выбирать ракурс при просмотре футбольного матча или, скажем, сфокусировать камеру на определенном исполнителе во время трансляции балета. Телезритель может во время передачи спортивных состязаний в прямой трансляции или в записи решить прервать просмотр и увидеть интервью с капитаном команды или наиболее острые моменты игры как в обычном, так и в замедленном режиме. Кроме того, болельщики, благодаря каналам обратной связи, смогут сделать ставку на победителя или результат игры.

Завоевание рынка грамзаписи компактными дисками в последнее десятилетие явилось результатом стремления слушателя выйти на прямой контакт с источником звучания без навязчивого ощущения самого носителя грамзаписи. Кабельные каналы дают возможность западному потребителю также в любое время получать желаемую музыку и записывать ее дома. Американская фирма «DMX» обеспечивает, к примеру, 30 круглосуточных кабельных каналов для 10 млн. своих подписчиков (от классики до рэги), при этом — никаких перебивок рекламой или комментариями ди-джеев. То же самое относится и к видеообразам.

ЦИФРОВОЕ ВЕЩАНИЕ

Цифровое вещание подразумевает цифровое телевидение, радиовещание, цифровые носители, цифровое кино.

Цифровое телевидение предполагает запись изображения двоичным кодом, и за счет этого позволяет достичь высокой четкости картинки и высококачественной цветопередачи, когда изображение кажется реально-объемным. Не случайно огромные затраты были сделаны в Японии, США и Европе на разработку телевидения высокой четкости. Однако увеличение разрешающей способности телевизионного изображения является лишь частью проблемы повышения его качества в эпоху вторжения виртуальной реальности. Только полный перевод всей видео- и телеаппаратуры на цифровое вещание позволит совершить качественный скачок в мировой видеокультуре. Помимо высокой разрешающей способности необходим телевизор, соединяющий возможности различных видов телекоммуникационной аппаратуры с выходом в виртуальную реальность.

Широкое внедрение телевидения высокой разрешающей способности даст невиданный технический и творческий толчок производству кинофильмов и телепрограмм, индустрии рекламы, театру и массовым зрелищам на открытом воздухе. Оно сделает любые

образы более убедительными, независимо от того, являются ли они двух- или трехмерными.

Цифровое радиовещание обеспечивает высококачественное звучание, недоступное при использовании обычных радиоволн (распространение радиоволны осуществляется, как известно, путем их отражения от озонового слоя и поверхности земли, причем рассеяние в космосе, разряды молний и самолетных двигателей, просто «мертвые зоны» в значительной степени способствуют потере качества). Цифровое радио позволяет без помех передавать высококачественный звук не через космос, а через наземные передатчики, а появление в середине 1990-х годов цифровых носителей звукозаписи (цифровых компакт-кассет и мини-дисков) позволяет получить высококачественную запись с радиостанции в домашних условиях.

Благодаря развитию кабельных систем и цифрового вещания стало возможным создание нового типа кинотеатров – мультиплексов. Разработанные в 1990-е годы, мультиплексы учитывают достижения современных электронно-компьютерных технологий, поэтому рутинная демонстрация фильмов посредством проекционных аппаратов заменена электронной системой развертки, с помощью которой инженер-компьютерщик может передавать изображение одновременно в несколько кинозалов, входящих в комплекс (в особо крупных комплексах таких залов насчитывается свыше 30).

Замена пленочного кинопроектора на цифровой в ближайшем будущем приведет к фундаментальным изменениям самой сути индустрии кинопоказа. Речь идет о первом и последнем переломе в носителе кинематографа с момента его возникновения — киноплёнке. Этот переход влечет за собой изменение всех бизнес-моделей, существовавших в отрасли кинопоказа, изменения во всей цепочке движения фильма от производства до демонстрации, изменение основной функции в дистрибуции кинофильма по распределению и физической доставке кинокопий. Речь идет о создании единого цифрового мастера фильма для различных платформ и каналов дистрибуции — кинотеатра, телевидения, интернет-сервисов, домашнего видео, мобильных устройств.

Преимущества цифровой кинопроекции очевидны:

высокое качество изображения и звука (при цифровой кинопроекции на изображении отсутствуют царапины и пыль, нет мелькания и дрожания изображения, вызванного прерывистым движением киноплёнки в кинопроекторе);
постоянство высокого качества изображения (фильм в цифровом формате не подвержен износу, как киноплёнка, а все основные параметры изображения – цветопередача, контраст, яркость – идентичны в любом цифровом кинозале в отличие от пленочной кинокопии);

оперативная доставка фильмов в кинотеатры (не требуется перевозить физическую копию) и широкий выбор фильмов (своего рода сервис «кино по требованию»)²⁶⁴;

с помощью цифровой кинопроекции можно расширить возможности кинопоказа: прямые трансляции различных событий (оперы в формате HD, футбола)²⁶⁵, компьютерные игры на большом экране, демонстрации стереофильмов и интерактивных фильмов.

В мае 2007 года в мире действовало уже более четырех тысяч цифровых кинозалов. Лидером в развитии цифровых кинозалов являются США, где уже более 2500 кинозалов – цифровые, однако в процентном соотношении цифрового кино к обычному на 2010 год лидирует Люксембург (62% залов в цифровом формате), Португалия (47%), Австрия (45%)²⁶⁶.

СИСТЕМЫ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В последние годы благодаря мультимедиа в сферу развлечений все активнее вторгается виртуальная реальность — моделируемый техническими средствами образ искусственного мира, передаваемый человеку через ощущения, имитируемые в соответствии с этим образом. Мультимедийные (multimedia — многосредность) средства — это комплекс аппаратных и программных средств, позволяющих человеку общаться с компьютером, используя самые разные, естественные для себя, среды (звук, видео, графику, тексты, анимацию). Таким образом, объективно виртуальная реальность – это новые информационные технологии, построенные на воссоздании с помощью технических систем искусственного мира, в который погружается и с которым взаимодействует человек в режиме реального времени.

Характерными признаками виртуальной реальности являются:

моделирование в реальном масштабе времени;

имитация окружающей обстановки с высокой степенью реализма;

возможность воздействовать на окружающую обстановку и иметь при этом обратную связь.

Система виртуальной реальности — это совокупность имитационных программных и технических средств, обеспечивающих

²⁶⁴ Березин О.С. Цифровой кинотеатр. Эпизод 1//Техника кино и телевидения. – 2003. — № 4.

²⁶⁵ Калашников О.А. Кинотеатры США будут показывать трёхмерные трансляции спортивных соревнований. – Режим доступа: www.kalashnikoff.ru/se/smart.php?action=show&nid=5777&kal=pr

²⁶⁶ Леонтьева К. Цифровой кинопоказ в Европе: роль государства/ К. Леонтьева //Синемаскоп. – 2010. – Вып.4 (32). – С.1,4.

погружение в виртуальный мир (иммерсию) и взаимодействие с ним (интерактивность).

Для полного погружения необходимо оградить человека от информации, поступающей из внешнего мира и одновременно необходимо ввести стимулы, побуждающие человека пребывать в виртуальном мире.

Для обеспечения интерактивности необходимо, чтобы система виртуальной реальности воспринимала управляющие воздействия человека. Побуждающие стимулы и управляющие воздействия должны быть многомодальными, то есть зрительными, звуковыми, осязательными и одоральными (использующими запахи). Для реализации таких требований в современных системах используются разнообразные звуковые и видеотехнологии, в частности, объемные звуковые и видеосистемы, а также головные дисплеи — шлемы и очки-дисплеи, «нюхающие» мыши, управляющие перчатки, кибернетические жилеты и другие экзотические устройства, и все это — в совокупности с беспроводными интерфейсами.

Существующие интерфейсные устройства (так правильно называется костюм «виртуанавта») можно разделить на две группы: для полного и для частичного погружения в виртуальную среду²⁶⁷.

Устройства для полного погружения полностью изолируют глаза от внешнего мира, подменяя его двумя изображениями (они образуют стереопару), одновременно подаваемыми на левый и правый глаза. Их синтезирует компьютер в реальном времени и выводит на жидкокристаллические или электронно-лучевые дисплеи. Именно к устройствам для полного погружения относится шлем-дисплей, поскольку он закрепляется на голове пользователя.

Если в начале истории виртуальных разработок шлемы весили около 20 килограммов и крепились к потолочным рамам, то современные шлемы больше похожи на очки, весят не более 100 г и являются беспроводными. Пользователь смотрит на экран монитора через очки, в которых вместо стекол установлены управляемые жидкокристаллические фильтры (они называются затворами). Затвор может полностью перекрыть или открыть зрительное поле глаза, в зависимости от сигнала, посылаемого компьютером на микросхему, управляющую состоянием затвора. Синхронно с этими сигналами на экран монитора попеременно выводятся изображения стереопары, которые видит по очереди то левый, то правый глаз (так как по очереди открываются и закрываются затворы). Когда частота переключений затворов и частота вывода полей стереопары на экран достаточно высока (примерно от 30 Гц и выше), возникает ощущение объемности

изображения. При комфортных частотах (от 120 Гц и выше) у пользователя не возникает никакого утомления.

Неотъемлемая часть интерфейсного устройства виртуальной реальности — система, которая использует инфракрасные, микроволновые, ультразвуковые датчики и непрерывно передает в компьютер информацию о мгновенном положении и ориентации головы пользователя. В свою очередь компьютер, располагая этой информацией, формирует изображение в нужном ракурсе так, что у человека создается полная иллюзия, что он, например, ходит вокруг неподвижного предмета, приближается к нему или удаляется от него, в то время как сам предмет остается на месте.

Почти всегда шлем-дисплей оснащается стереофонической системой с полным охватом звукового спектра. С высокой степенью адекватности имитируются положение и удаление источников звука, их спектры.

Реже шлемдисплейная система дополняется силовым жилетом. Это устройство имеет несколько сервоприводов, создающих небольшие, но убедительные нагрузки на мышцы туловища и рук оператора, имитирующие, например, нагрузки при поднятии и переворачивании тяжелого предмета, который человек видит перед собой.

Среди устройств взаимодействия с виртуальными объектами особое место занимают так называемые «дейта-гловы»²⁶⁸, снабженные датчиковой системой, регистрирующей перемещения предплечья и кисти руки. В наиболее совершенных системах регистрируются сгибания-разгибания суставов каждого пальца. Такие перчатки могут также оснащаться устройствами, передающими на нервные окончания пальцев раздражения (чаще всего используются пьезокристаллические вибраторы), похожие на прикосновения к поверхностям предметов, которые человек «берет в руки». Разработана сенсорная «обувь» для ног оператора, которая выглядит почти как обычные сапоги. Экипированный таким образом пользователь представляет собой со стороны весьма экзотическое зрелище, в реальности передвигается неуклюже, зато в аттракционах, имитирующих полет, чувствует себя настоящей птицей.

В технологии виртуальной реальности интерфейсные устройства, предназначенные для туловища и конечностей, принято объединять в группу так называемых биомеханических устройств. К этой группе можно также отнести агрегаты, воздействующие на вестибулярный аппарат человека. Они обычно представляют собой кабину-капсулу (иногда кресло), закрепляемую на карданных подвесах или каких-либо других механических системах, способных перемещать и вращать пользователя с шестью степенями свободы. Такие аппараты раньше

²⁶⁸ Glove — перчатка (англ.).

использовались в летных и танковых тренажерах, а в последнее время — в аттракционах (например, в Диснейленде аттракцион «Star Tour»). Они способны с достаточной полнотой и силой вызвать ощущения, возникающие при движении самолета, автомобиля, танка, космического корабля и т. д. Разработаны системы для тренировок в видах спорта, требующих высокого развития вестибулярно-двигательных навыков: горнолыжников, серфингистов и т. п.

Развитие систем виртуальной реальности привело к созданию аттракционов 4D и кинотеатров формата 4D и 5D. Как минимум, 4D кинотеатр представляет собой зал на несколько посадочных мест, оборудованный всем необходимым, чтобы предоставить посетителю возможность почувствовать на себе все то, что ощущают герои фильма. Вместе с билетом выдаются пластмассовые очки, необходимые для просмотра стереоскопического изображения. Кресла зрителей установлены на специальной платформе, которая во время показа двигается и вибрирует, повторяя происходящее на экране. А так же применяются запахи, эффекты ветра и дождя, световые эффекты, многократно усиливающие ощущения у зрителей, и даже стаи грызунов, ползающие под ногами.

Оборудование для 4D кинотеатров в стандартной комплектации представляет собой: 4D-кресла, 3DOF-платформа (движения в трех плоскостях), эффект «ветер», эффект «дождь», шейные «щекоталки», ножные «щекоталки», вибрация сидения, вибрация спинки. Дополнительные эффекты: толчки в сидение, толчки в спинку, вибрация в спинке, генератор звуковых колебаний, 3 запаха, различные цветовые варианты, статические кресла, кресла 1DOF (движение в одной плоскости). Оборудование для 5D кинотеатров имеет также систему контроля посещений и расширенный блок спецэффектов: генераторы ветра, брызг, молний, мыльных пузырей, дыма.

Особая разновидность систем с полным погружением — так называемые «виртуальные комнаты». Это параллелепипед размером с небольшую комнату, стены, пол и потолок которого представляют собой экраны, на них проецируется изображение виртуальной среды. При этом непрерывно отслеживаются положение и ориентация головы пользователя, а изображения среды проецируются на стены, пол и потолок с учетом этой информации. Кроме того, выводимые изображения подвергаются необходимым преобразованиям с учетом перспективы. Пользователь снабжен очками, позволяющими ему видеть стереоскопическое изображение, и испытывает достаточно сильную иллюзию отсутствия стен комнаты и пребывания в искусственном пространстве.

Устройства с частичным погружением не изолируют глаза пользователя от окружающего пространства. Пользователь видит перед собой не только дисплей компьютера, на который выводится

стереоскопическое изображение, но и все, что окружает этот дисплей. Однако на голове пользователя закрепляются датчики, позволяющие компьютеру фиксировать изменение направления взгляда, удаление пользователя от дисплея и корректировать выводимую на экран картинку так, что человеку кажется, будто он находится перед прозрачным окном в виртуальную среду.

Если полвека назад виртуальная реальность использовалась в основном как система тренажеров для подготовки военных летчиков, танкистов, медиков, то сегодня возможности, предоставляемые системами виртуальной реальности, активно используются индустрией досуга и развлечений. На Западе уже в 1990-е годы появилось множество игр, использующих принципы систем виртуальной реальности. В 1992 г. в Чикаго (США) открылся центр виртуальных видеоигр, где клиент, заняв место в модели одноместной кабины космического корабля, играл в звездные войны. Невысокая цена билета – 7 долларов – способствовала тому, что за первые три месяца было продано 300 тысяч билетов.

Отрадно, что сегодня Санкт-Петербург имеет виртуальные аттракционы не хуже западных: российская группа компаний Транзас (TRANsport SAFety Systems) сделала достижения в области тренажеростроения и мира виртуальной реальности доступными не только для профессионалов. Проект образовательных и развлекательных комплексов Транс-Форс предусматривает адаптацию для массового рынка технологий, изначально созданных для профессиональных тренажерных систем, и развитие на этой базе нового направления в сфере образования и организации досуга населения. Системы виртуальной реальности Транс-Форс в разной комплектации предлагают интерактивный 5D аттракцион, многофункциональный полнокупольный цифровой театр-трансформер, предназначенный для проведения образовательных и развлекательных программ различных форматов, детский игровой 3D-комплекс Kids-Force, интерактивный театр Транс-Форс в виде кают-компания космического корабля.

В ближайшей перспективе системы виртуальной реальности как высокоразвитой формы компьютерного моделирования появятся и в виде домашнего приспособления. В соединении с двусторонней связью и огромными видеотеками, доступными в любое время в любом месте, все это трансформирует существующие понятия о развлечении.

Сегодня компании-разработчики предлагают новые современные дизайнерские решения для ресторанов, кафе, баров и дискотек с применением компьютерных технологий – возможностью использования виртуальных персонажей, в том числе виртуального DJ для проведения различных мероприятий и дискотек. Посредством панорамного проецирования на стены реализуется эффект динамически изменяемых интерьеров реальных помещений. Панорамное

видеоизображение проецируется на встроенные в стены экраны, зрительно изменяя объем помещения, создавая эффект присутствия внутри удивительных картин. Это позволяет в разные дни или время суток легко менять тематику зала за счет проецирования различных программ (например, днем более веселая, озорная, ориентированная на семейное посещение, а вечером это может быть спокойная, более интимная). Посетитель может обедать в ресторане, где стены представляют собой окна подводного аппарата или космической станции и наблюдать за бесконечным потоком астероидов. 6-ти канальный панорамный звук усиливает сопричастность действию на экране, а дополнительно установленные на каждом столике сенсорные панели позволяют сделать заказ в кафе через виртуального официанта (это может быть смешное мультяшное создание или вполне реальный человек), который примет заказ и сможет рассказать о том или ином блюде.

Обширные возможности систем виртуальной реальности используются не только в сфере развлечений, они становятся основой оптимизации образовательно-просветительной деятельности культурно-досуговых учреждений. Например, учреждения музейной сферы используют системы виртуальной реальности как средство повышения конкурентной борьбы, поэтому многие зарубежные музеи предметные экспонаты дополняют экспонатами электронными.

Так, естественнонаучные музеи предлагают посетителям телепортации во времени и пространстве в мезозой или отслеживание миграции дельфинов с борта космического корабля (например, Музей естественной истории Смитсоновского института в США), исторические музеи – погружение в исторические эпохи и общение с виртуальными агентами (например, музей г.Нью-Джерси или Компьютерный музей в Бостоне).

Интересный пример иммерсии с использованием систем виртуальной реальности предлагают историко-литературные музеи. Как правило, музеи подобного профиля могут предложить посетителю немного: личные вещи писателя, его рукописи, редко – фотографии. Системы виртуальной реальности могут предложить не только встречу с виртуальным писателем, но и погружение в его эпоху. Так, программа «Виртуальный Марк Твен» в музее Марка Твена в Хартфорде (США) дает возможность прогуляться по городу, в котором жил писатель, понаблюдать за ним в его квартире, вступить с ним в диалог. Правда, такие музейные программы не получили широкого распространения, и объясняется это, прежде всего, дороговизной разработки, а также сложностью воссоздания виртуальных образов писателей. Ведь, помимо внешних характеристик, разработчикам программ нужно еще придать образу правдоподобность в его динамике, а откуда взять исходные данные? Кто помнит, например, как ходил, жестикулировал,

приветствовал знакомых тот же Марк Твен? Каковы были его интонации и тембр голоса, как он, человек с необыкновенным чувством юмора, отвечал бы на вопросы сегодняшних тинейджеров?

Кроме того, системы виртуальной реальности могут выступать как самостоятельная экспозиция: например, в первом в мире Компьютерном музее Бостона представлена история компьютерной техники, а виртуальные гиды Макс (социальный работник) и Эрика (сотрудница ТВ) рассказывают посетителям о перспективах развития информатики и электроники. Музей интерактивный, то есть предполагает не только созерцание, но и возможность попробовать на практике все достижения современной компьютерной технологии и даже заглянуть в ее будущее.

В то же время будущее виртуальных технологий в туризме настораживает: например, уже сегодня разработчики пророчат упадок туристической индустрии в связи с заменой ее на виртуальные туры (действительно, виртуальный тур дешев, безопасен, не утомителен, более интересен и осуществляется в любое удобное для потребителя время). Принципиальное новшество, вносимое компьютером в этот процесс – интерактивность, позволяющая развивать активно-деятельностные формы познания. Теоретически важной функцией туризма выступает функция познания, знакомства с новым, неизвестным, обеспечение социальной коммуникации в местах пребывания туриста. Но на практике самой большой проблемой туризма является лень потребителя: немногие туристы готовы платить деньги за активный и познавательный отдых – чаще благую цель знакомства с новой страной подменяет пляжный отдых, бар и пересказ мифов, услышанных от экскурсовода по дороге из/в аэропорт. Таким образом, виртуальные туры могут провоцировать еще большую лень потребителей: виртуальный мир игры-путешествия отличается графической красотой, погружение пользователя в этот мир может происходить за счёт захватывающего игрового процесса, характеристики которого индивидуальны для каждого пользователя. Это тоже может быть использовано в турбизнесе, в результате чего виртуальное сафари станет намного увлекательнее реального, а возможность осмотра виртуальных пирамид с высоты птичьего полета станет поводом для отказа от утомительного перемещения по пустыне.

Кроме безусловных плюсов, виртуальные технологии имеют и ряд существенных недостатков, связанных, в основном, с социальными и психологическими аспектами воздействия данного феномена на личность пользователя. Как упоминалось выше, системы виртуальной реальности изначально разрабатывались для обучения и моделирования чрезвычайных ситуаций, в которых могли оказаться военные, полицейские, медики. Действительно, врач не имеет права впадать в панику при виде человеческих страданий при техногенной аварии, следовательно, нужно приучить его не бояться вида крови и

увечий – этому с успехом способствовали виртуальные программы обучения. Однако ситуация меняется, если вместо врача мы имеем подростка с еще неустойчивой психикой. Печальный опыт некоторых подростков-геймеров способствовал появлению нового юридического термина – «убийство по сценарию компьютерной игры». Путая реальный и виртуальный мир, эти подростки совершали убийства, предполагая, видимо, что при новой загрузке реальность может быть исправлена. Кроме того, в психиатрической практике имеют место термины «биментальность» (раздвоение личности) и даже «полиментальность» (размножение личности) – побочные проявления долгого пребывания в виртуальном мире.

Но даже если не все так печально, нужно помнить о том, что влияние виртуального мира на психику геймера неизбежно и может проявляться в возможной дезориентации после долгой игры, повышенной тревожности, утомляемости, психологической зависимости (игромании). Пытаться запретить ребенку играть в виртуальные игры – занятие бессмысленное, но контролировать набор игр родителям всегда под силу (не случайно в странах цивилизованного Запада в продаже не встретишь такие любимые российскими геймерами и жуткие в своей реалистичности «стрелялки»).

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Понятие «искусственной зоны отдыха» и ее основные характеристики.

2. Какие факторы безопасности при проектировании новых искусственных зон отдыха учитываются инвесторами?

3. Перечислите критерии качественного обслуживания посетителей в современных зарубежных парках.

4. Дайте характеристику зарубежным спортивным, тематическим и развлекательным паркам.

5. Как используются электронно-компьютерные средства в различных областях культурно-досуговой деятельности за рубежом?

6. Охарактеризуйте инновации в системе киноиндустрии за рубежом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленный в учебнике материал — это первая попытка логического осмысления и некоторой систематизации современного опыта социально-культурной деятельности за рубежом на уровне государственных и негосударственных (общественных, коммерческих, частных) структур. В условиях сегодняшнего динамично меняющегося мира знание о наиболее эффективных организационных формах социально-культурной работы, новейших технологиях в различных областях социально-культурной деятельности индустриально развитых стран и опыте решения ряда культурно-досуговых, рекреационных проблем выступает объективным условием повышения общего культурно-образовательного и профессионального уровня студентов, что, в свою очередь, впоследствии детерминирует умение использовать мировой опыт организации социально-культурной деятельности в практике конкретных учреждений индустрии досуга.

Целесообразно рассматривать учебник как исходную информационную базу для активной самостоятельной учебно-творческой работы студентов, проведения семинаров-дискуссий, творческих мастерских, разработки примерных досуговых программ.

БИБЛИОГРАФИЯ

- 5-летний юбилей европейского Диснейленда//Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ.сб. — Вып.7. — М.:РГБ,1997. — С.32-37.
- Абанкина И. Финансирование культуры в европейских странах: обзор подходов и методов/ И. Абанкина, Т. Абанкина, Н. Осовецкая//Отечественные записки. — №4 (24). — 2005. — Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/?article=1102&numid=25>
- Абанкина Т.В. Тенденции и модели использования культурных ресурсов для устойчивого регионального развития/Т.В.Абанкина. — Режим доступа: http://new.hse.ru/sites/mbd/programs_doc/
- Аблеев С.Р. Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы / С.Р.Аблеев, С.И. Кузьминская // Человек в социальном мире: проблемы, исследования, перспективы. Научно-практический вестник. Выпуск 2002/1 (N 8). — Режим доступа: http://aipe.roerich.com/russian/mas_kult.htm
- Азбука Ротари. — Режим доступа: <http://www.novorotary.ru/docs/azbuka.pdf>
- Аоки Тамоцу. Некоторые аспекты глобализации в современной Японии // Многоликая глобализация. Под ред. Бергера П. и Хантингтона С. — М.,2004. — С. 77-97.
- Байрамова Э.К. Функционирование СМИ арабских стран в условиях различных политических систем (на примере Иордании, Ливана и Сирии) / Э. К. Байрамова: Автореф. дис... канд. полит. наук. — СПб.:СПбГУ, 2010. — 24 с.
- Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования/ Д.Белл. Пер. с англ. — М.:Академия,2004. — 578 с.
- Березин И. Краткая история экономического развития/ И.Березин. Учебное пособие. 2-е изд., доп. — М.: Русская Деловая Литература, 2001. — 88 с.
- Березин О.С. Цифровой кинотеатр. Эпизод 1/ О.С. Березин //Техника кино и телевидения. — 2003. — № 4. — С.5
- Вдовенко Т.В. Социальная работа в сфере досуга в странах Западной Европы/ Т.В. Вдовенко. — СПб.,1999. — 164 с.
- Веблен Т. Теория праздного класса/ Т. Веблен / Пер. с англ. Вступ. ст. С.Г. Сорокиной. — М.: Прогресс, 1984. — 367 с.
- Виноградов П. Кто в США занимается спортом и фитнесом?/ П. Виноградов // Черная пантера. 02.06.2009. — Режим доступа: <http://www.blackpantera.ru/content/news/20348/>
- Всемирный банк: Показатели мирового развития. — Режим доступа: http://data.worldbank.org/russian?cid=GPDru_WDI

- Выставка для птиц// Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ.сб. — Вып.1. — М.:РГБ,1997. — С.26.
- Геворкян К. Манга: отдушина японца / К. Геворкян // Япония сегодня. — 2000. — №3 — С. 15-16.
- Голомидов В.И. Некоторые аспекты организации социально-культурной деятельности во Франции/ В.И.Голомидов. — М.,1988. — 17 с.
- Горячева Д. 3D-парад/ Д.Горячева// Газета.Ru. — Режим доступа: pda.gazeta.ru/culture/2010/12/27/a_3479034.shtml
- Гуревич А.Я. Средневековый мир: культура безмолствующего большинства/ А.Я.Гуревич. — М.: Искусство, 1990. — 396 с.
- Двуреченская А.С. Массовая культура и сфера досуга в условиях региона/ А.С. Двуреченская: Автореф.дисс... канд. культурологии: 24.00.01/ Кемер. гос. ун-т культуры и искусств.- Кемерово, 2008. — 25 с.
- Диснеевский стиль обслуживания клиентов//Русский бизнес-клуб. 18 января 2005. — Режим доступа: <http://rbclub.ru>
- Донской В. Ф. Ротари и ротарианцы/ В.Ф.Донской. — Иркутск: БИБММ ИГУ, 2006. — 340 с.
- Донской В. Ф. Путеводитель по Ротари / В. Ф. Донской. — Иркутск : Вост-Сиб. кн. изд-во, 1995. — 127 с.
- Дохтерман К. ABCs of Rotary. — Режим доступа: http://www.novorotary.ru/docs/abc_of_rotary.doc
- Дурани А. Интернет в Афганистане — выгоды и опасения. — Режим доступа: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1237151400>
- Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга / Ж. Дюмазедье // Вестник МГУ. Серия 12. Социально-политические исследования. — 1993. — № 1. — С. 83-88.
- Ермолин А.А. Социально-нравственное воспитание подростков в условиях молодежного объединения «Новая цивилизация»/ А. А.Ермолин: Автореф.дисс... канд. пед. наук: 13.00.05. — М., 2002. — 30 с.
- Загладин Н.В. Глобализация и Россия / Н.В. Загладин // Мировая экономика и международные отношения. — 2002. — № 9. — С. 4.
- Захарченко И.Н. Теоретические аспекты формирования культурной политики Франции в первые годы V Республики/ И.Н. Захарченко//Знание. Понимание. Умение. — 2008. — №8. — С.35-36.
- Зуев С.Э. В начале был текст / С.Э. Зуев // Отечественные записки. — 2005. — №4 (24). — Режим доступа:<http://www.stranaaoz.ru/?numid=25&article=1097>
- Иванов Б. Введение в японскую анимацию / Б. Иванов; Фонд развития кинематографии, Регион. обществ. фонд "Эйзенштейн. центр исслед. кинокультуры". — [2-е изд.]. — М.: Всерос. фонд развития

- кинематографии: РОФ «Эйзенштейн. центр исслед. Кинокультуры», 2001. — 336 с.
- Ильин Ю. Компьютерные вирусы: тридцать лет бесчинств/ Ю.Ильин//Компьютерраonline. – 19.10.2010. — Режим доступа: <http://www.computerra.ru/vision/570707/>
- Инаугурационная речь президента Б.Обамы. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-russian/2009/January/20090121085901abretnuh0.7421228.html>
- Италия: в стране чудес и аттракционов// Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ.сб. — Вып.10 — М.:РГБ,1997. — С.20-21.
- Калашников О.А. Кинотеатры США будут показывать трёхмерные трансляции спортивных соревнований/ О.А.Калашников. – Режим доступа: www.kalashnikoff.ru/se/smart.php?action=show&nid=5777&kal=pr
- Катасонова Е.Л. Япония: Вызов западной цивилизации? / Е. Л. Катасонова // Япония: Мифы и реальность. М.,1999. — С. 179–203.
- Климова Л.Е. Массовая культура и личность (Культурфилософский аспект) /Л.Е.Климова: Автореф. дис... канд. филос. наук: 09.00.13. — Ставрополь: СГУ, 2005. — 21 с.
- Колик Галия. Длительный нестационарный уход за пожилыми людьми в Израиле / Галия Колик // Психология зрелости и старения. — М., 2004. — №2 (26). — С. 69-73
- Колик Галия. Организационно-управленческие аспекты реализации социокультурной геронтополитики в Израиле / Галия Колик // Человек и Вселенная. — СПб., 2006. — №6 (59). — С. 118-128.
- Колик Галия. Реализация развивающего потенциала досуга людей пожилого возраста/ Галия Колик: Автореф.дисс... канд.пед. наук: 13.00.05. — СПб., 2007. — 22 с.
- Комиссаренко С.С. Духовно-интеллектуальная элита как феномен отечественной культуры: автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра культурологии / С.С. Комиссаренко; СПбГУП. — СПб. : СПбГУП, 2005. — 43 с.
- Коржева Э.М. Актуальные проблемы свободного времени в интерпретации французских социологов/ Э.М. Коржева // Франция глазами французских социологов. — М.: Наука, 1990. — С. 218—231.
- Косенко С.И. Европейские параметры современной культурной политики Франции/ С.И.Косенко: Автореф. дис... канд. полит. наук: 23.00.02. — М., 2007. — 31 с.
- Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества/ А.В.Костина. — М.: ЛКИ, 2008. — 352 с.
- Кротова Ю.Н. Педагогика досуга в англоязычных странах / Ю.Н. Кротова: Учеб.пособие.- СПб.: СПбГАК, 1994. — 36 с.

- Кудрявцев А. Мусульмане во Франции/ А. Кудрявцев //Россия и мусульманский мир. — 2002. — №11. — С. 155-168.
- Куличков А.А. Детские общественные организации как средство подготовки подрастающего поколения к труду и жизни в сельской общине США/ А. А.Куличков: Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. — Рязань, 2004. — 24 с.
- Лайне К. Структура и управление культурной политикой Финляндии/ К. Лайне// Экология культуры. — 1999. — №4. — С.90-108.
- Ларин А.Г. Китай и зарубежные китайцы/ А.Г. Ларин: Экспресс-информация № 2(147). — М., Институт Дальнего Востока, 2008. — 94 с.
- Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада/ Ж. Ле Гофф./ Пер. с фр.; Общ. ред. Ю.Л. Бессмертного; Послесл. А. Я. Гуревича. — М.: Издательская группа Прогресс, Прогресс-Академия, 1992. — 376 с.
- Леонтьева К. Цифровой кинопоказ в Европе: роль государства/ К. Леонтьева //Синемаскоп. — 2010. — Вып.4 (32). — С.1,4.
- Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. /Ж. Липовецки / Пер. с Франц. В.В.Кузнецова. — СПб: Владимир Даль, 2001. — 336 с.
- Лисицкий А.В. Культурное наследие как ресурс устойчивого развития/ А.В. Лисицкий: дис... канд. культурологии: 24.00.01; РАГС. — М., 2004. — 151 с.
- Лукичева А.О. Обучение и практика по-восточному (на примере школы икэбана Икэнобу)/ А.О. Лукичева //Актуальные проблемы социогуманитарного знания. — Вып.4. — СПб.:Русский остров, 2010. — С.146-149.
- Львова Т. Черная касса/ Т. Львова// Версия, 06.10.2010 [Текст]. — Режим доступа: http://versia.ru/articles/2010/oct/06/rossiyskaya_kinoindustriya
- Малькевич А.А. Возможности использования прикладных аспектов теории поколений в исследовании политической социализации молодежи/ А.А. Малькевич // Аспирантский вестник Поволжья. — 2010. — №1-2. — С.222-226.
- Мамедов Н.М. Глобализация как современное состояние общественного развития / Н.М. Мамедов // Эпоха глобальных перемен (опыт философского осмысления). — М.: Изд-во МГУ, 2004. — С. 41-49.
- Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе; Пер. с англ. — М.: REFL-book, 1994. — 368 с.
- Мартынова М.Д. Активная жизненная позиция по-американски / М.Д. Мартынова // Студенчество: диалоги о воспитании. — 2003. — № 6. — С. 21-22.

- Медведев В.В. Празднично-игровые технологии формирования культуры корпоративного досуга : (на примере предприятий туристического бизнеса) / В.В. Медведев, Г.В. Оленина; М-во культуры Рос. Федерации, Алт. гос. акад. культуры и искусств. — Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2009. — 190, [1] с. : ил.
- Мирзоян Г. Саррацин пугает, Каддафи покупает/ Г.Мирзоян, С.Сумленный// Эксперт. — 06 сентября 2010. — №35 (719).
- Митев П.Эм. Страхи на посткоммунистическом пространстве /П.Эм. Митев, В.Иванова, В.Шубкин// Катастрофическое сознание в современном мире в конце XX века (по материалам международных исследований)/ Моск. обществ. науч. фонд Ин-т социологии РАН Ун-т штата Мичиган; Под ред.: В.Шляпентоха, В.Шубкина, В.Ядова. — М.: Московский обществ. научный фонд, 1999. — Гл.20. — 347 с.
- Можейко М.А. Ацентризм/ М.А. Можейко //Постмодернизм. Энциклопедия.— Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом. 2001. — С.57-58. — (Мир энциклопедий).
- Можейко М.А. Модернизм/ М.А. Можейко //Постмодернизм. Энциклопедия.— Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом. 2001. — С. 478-479.
- Моисеев Н.Н. Судьба цивилизации. Путь разума / Н.Н. Моисеев. — М.: Языки русской культуры, 2000. — 224 с.
- Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль; Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 407 с.
- Монастырская М.В. Влияние инновационных технологий культурно-досуговой деятельности в условиях торгово-развлекательных центров комплексного типа на досуг населения / Монастырская М.В.: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. — М., 2007. — 24 с.
- Мошняга П. А. Внешняя культурная политика Японии. / П. А. Мошняга // Власть. — 2009. — № 6. — С. 159-161.
- Мошняга П. А. Особенности глобализации культуры в Японии: философский анализ: Автореф. дис. ... канд. филос.наук: / П. А. Мошняга. — М.: Моск. гуманитар. ун-т, 2009. — 18 с.
- Мошняга П. А. Специфика культурной политики Японии в условиях глобализации/ П. А. Мошняга // Знание. Понимание. Умение. — 2009. — № 2. — С. 49-57.
- Мэнкиллер В. Коренные народы в 21-м веке/ В. Мэнкиллер. — Режим доступа: <http://www.america.gov/st/society-russian/2009/July/20090728111226wrybakuh0.1224329.html>
- Нелин Т.В. Эпоха индейских войн в кинематографе США/ Т.В.Нелин. 25.07.2007. — Режим доступа: <http://www.westernfilm.ru/stati/epoha-indeyskih-voyn-kinematografe-ssha.html>

- Новикова И.А. Организация досуга подрастающего поколения в США: традиция и современность/ И.А. Новикова: учеб. пособие. — СПб.: СПбГИК, 1991. — 78 с.
- Олегов В. Костюм «виртуанавта»/ В. Олегов //Наука и жизнь. — 1999. — №2. — С.61-62.
- Открытие нового парка «Киномир Уорнер Бразерс»// Панорама культурной жизни зарубежных стран: Информ.сб. — Вып.2-3. — М.:РГБ,1997. — С.42-44
- Покровский Н.Е. Российское общество в контексте американизации/ Н.Е. Покровский// Социологические исследования. — 2000. — №6. — С. 3-9.
- Полякова К.В. Становление семиотической системы американского комикса и японского манга/ К.В. Полякова: Автореф. дис... канд. филол. наук. — СПб.:издательство СПбГУ,2004. — 18, [1] с.
- Принципы и основные направления культурной политики Европейского Сообщества // Панорама культурной жизни зарубежных стран. — Тематическая информационная подборка.- Вып. № 7. — М.:Изд. НПО Информкультура РГБ, 1993. — С.3-16
- Пузырева О.И. Совместная работа школы, семьи и общины по обучению и воспитанию сельских школьников в США/ О. И.Пузырева: Автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.01 / Рязан. гос. пед. ун-т им. С.А. Есенина. — Рязань, 2005. — 20 с.
- Работа или досуг?// Япония сегодня. — 1998. — № 8. — С.4.
- Райс Дж. Эти странные японцы/Дж. Райс, Норико Хама, Сахоко Кадзи. — М.: Эгмонт Россия Лтд., 1999. — 72 с. — (Сер. Внимание: иностранцы!).
- Рябова И.С. Бюджетное финансирование отраслей социальной сферы в Российской Федерации / И.С. Рябова, Н.В. Басова // Аудит и финансовый анализ. — 2008. — №3. — С. 256-259.
- Савельева И.Г. Массовая и популярная культура в современном обществе: коммуникационный аспект: автореф. дис... канд. социол. наук: 22.00.06 / И.Г. Савельева; Казанск. гос. ун-т. — Казань, 2000. — 24 с.
- Салымбекова А.Д. Культурная политика Европейского союза в глобальном мире: Автореф. дис... канд. полит. наук: 23.00.04/ А.Д. Салымбекова [Кыргызско-рос. славян. ун-т]. — Бишкек, 2008. — 19 с.
- Сарно Я. Страна, где кончаются люди// Київскій Телеграфъ: общественно-политический еженедельник. — Электронная версия: <http://telegrafua.com/archive/553/11601/>
- Скородумова О.Б. Культурная политика Финляндии и ее роль в формировании новой модели информационного общества/ О. Б. Скородумова //Знание. Понимание. Умение. — 2008. — №4. — С.40-44.

- Стапран Н.В. «Бунка сангё» или как культура возрождает регионы // Ассоциация японоведов России. Японский опыт для российских реформ. Выпуск первый. 2005. – Режим доступа: <http://www.japannassoc.ru/publikacii/nauka/japonskii-opyt-dlja-rossiiskikh-reform-2005-vypusk-pervyi/bunka-sangjo-ili-kak-kultura-vozrozhdает-regiony.html>
- Терехова О.В. Индустрия досуга в США: экон. исслед.: [монография] / О. В. Терехова; [отв. ред. В. М. Усоскин]; Акад. наук СССР, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. — М.: Наука, 1983. — 174, [2] с.
- Титов Б.А. Досуг в США / Б.А. Титов, Н.А. Кострова: Учеб. пособие. — Л.: СПбГИК, 1992. — 84 с.
- Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — М.: АСТ, 2002. — 784 с.
- Тоффлер Э. Футуришок / Э. Тоффлер. — М.: АСТ, 2004. — 557, [3] с.
- Фетисова Т.А. Культура города/Человек: Образ и сущность. — М.: ИНИОН РАН, 2000. — С. 91-104.
- Хозина Ж.В. Социально-культурная активизация лиц третьего возраста как условие преодоления эйджизма (На примере Великобритании)/ Ж.В.Хозина: автореф.дис... канд. пед. наук: 13.00.05. — М., 2000. — 23 с.
- Чешко С.В. Этнокультурные процессы в резервациях индейцев США в современный период/ Чешко С. В.: Автореф. дис... канд. истор. наук. — М., 1986. — 26 с.
- Чугров С.В. Япония уточняет свою идентичность перед вызовами глобализации/ С. В.Чугров: Восток встречается с Западом // Глобальные вызовы — японский ответ. — М., 2008. — С. 77-93.
- Шендрик А.И. Глобализация в системе культурологических координат (окончание)/ А. И. Шендрик // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 1. — С. 56-68.
- Шестаков В.П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры»/ В. П.Шестаков. — М.: Искусство, 1988. — 224 с.
- Япония от А до Я: Популярная энциклопедия. – Режим доступа: http://slovari.yandex.ru/~книги/Япония_от_А_до_Я/
- Ярмольчук А.В. Скаутское общественное движение в России в XX веке: история и современность/ А.В. Ярмольчук: Автореф. дисс... канд.истор. наук: 07.00.02. — М., 2004. — 28 с.
- Яценко Е. Гражданское общество и культурная политика в Европе / Е. Яценко // Панорама культурной жизни зарубежных стран: информационный сборник. — 2002. — № 7. — С. 5 – 8.
- Сайт 4Н: www.4-h.org/
- Сайт European Commission. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm

Сайт World Heritage Convention. – Режим доступа:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/jp>
 Сайт Будущих фермеров Америки: www.ffa.org/
 Сайт Международного Валютного Фонда. – Режим доступа:
www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02
 Сайт Программы «Культура» Европейской комиссии по культуре
[http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-](http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc411_en.htm)
[actions/doc411_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc411_en.htm)

- Abir M. Saudi Arabia. Government, Society and the Gulf Crisis/ M.Abir. — L.-N.Y., 1993. — 269 p.
- Adorno T.W. The star down to earth and other essays on the irrational in culture/ T.W. Adorno. — L.; N.Y.: Routledge, 1994. — 176 p.
- Ahearne J. Intellectuals, Culture and Public Policy in France: Approaches from the Left (Studies in Social & Political Thought)/ J. Ahearne. — Liverpool: Liverpool University Press, 2010. — 244 p.
- Bat Ye'or. Eurabia: The Euro-Arab Axis/ Bat Ye'or. — Cranbury, N.J.: Fairleigh Dickinson University Press, 2005. — 384 p.
- Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste/ P. Bourdieu/ Trans. R. Nice. — L.: Publ. by Routledge and Kegan Paul, 1984. — 613 p.
- Cliff T. Change is going to come, but how? / T. Cliff // Socialist Review. — 1997. — Iss. 209. — P. 9-12.
- Edgell D.L. Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future/ D.L. Edgell. — Binghamton, NY: The Haworth Press, 2006. — 144 p.
- Embassy of the Republic of Yemen. – Режим доступа:
http://www.yemenembassy.org/economic/reports/ccg/ccg_yemen_2008.pdf. retrieved 2008-10-24
- Griffin Al. Step Right Up, Folks!/ Al. Griffin. — Chicago: Henry Regnery Company, 1974. — xii, 257 p.
- Harris R. Sustainable Tourism: A Global Perspective/ R. Harris, T. Griffin, P. Williams. — Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002. — 311 p.
- Kaltenbach J.-H. La France, une chance pour l'Islam/ J.-H. Kaltenbach, P.P. Kaltenbach / Prefaces P. Chaunu, B. Etienne. — P.: Editions du Felin, 1991. — 257 p.
- Kangas A. Cultural policy in Finland/ A. Kangas // The Nordic cultural model. — Copenhagen, 2003. — P. 79-112.
- Karimova G. Application of Soft Power Strategy on Asian Civilization Space/ G. Karimova // Contemporary International Relations. — 2009. — Vol 19. No. 6. November/December. — P. 13-37.
- Kelly M. Reconstructions of the French Nation. // French Cultural Studies: An Introduction/ Eds. Forbes J., Kelly M. — Oxford, UK : Oxford University Press, 1995. — P. 99-109.

- Kennedy J.F. A Nation of Immigrants/ J.F.Kennedy. — N.Y.: Harper & Row. Publishers, Inc., 1964. — 40 p.
- Kikuchi Yuko. Japanese Modernisation and Mingei Theory. Cultural nationalism and Oriental Orientalism/ Kikuchi Yuko. — L., N. Y., 2004. — 309 p.
- Kymlicka W. Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Monority Rights/ W.Kymlicka. — N.Y.: Oxford University Press, 1995. — 268 p.
- Looseley D.L. Back to the future: rethinking French cultural policy, 1997-2002/ D.L. Looseley // International Journal of cultural policy. — 2003. — Vol. 9(2). — P. 227-234.
- McCullough E. World's Fair Midways: An Affectionate Account of American Amusement Areas from the Crystal Palace to the Crystal Boll/ E.McCullough. — N.Y.: Exposition, 1966. — 190 p.
- Outbound Tourism of Japan. Market Profile. — Madrid: WTO, 2000. — 47 p.
- Pipes D. Europe or Eurabia?/ D. Pipes // The Australian. April 15, 2008. — Режим досупа: <http://www.danielpipes.org/5516/europe-or-eurabia>
- Population Ageing and Development 2009 /Wallchart. (ST/ESA/SER.A/290 Sales No. E.09.XIII.10). — <http://www.un.org/esa/population/publications/ageing/ageing2009.htm>
- Portal Site of Official Statistics of Japan. Monthly Report. — Режим доступа: <http://www.stat.go.jp/english/data/jinsui/tsuki/index.htm>
- Pryke S. The popularity of nationalism in the early British Boy Scout movement/ S. Pryke // Social history. — 1998. — Vol.23,N3. — P.309-324.
- Schlesinger A. Jr. The Disuniting of America/ A. Jr.Schlesinger. — N.Y.: Norton, 1998. — 208 p.
- Special Report Saudi Arabia // Middle East Economic Digest (MEED). — 2000. — № 26. — C. 26-28.
- Strauss W. Generations: The History of merica's Future, 1584 to 2069/ W. Strauss, N. Howe. — N.Y.: William Morrow and Company, Inc., 1991. — 544 p.
- Tales from Eurabia: Contrary to fears on both sides of the Atlantic, integrating Europe's Muslims can be done // The Economist — Jun 22nd 2006. — Режим досупа: http://www.economist.com/node/7086222?story_id=7086222
- Tann vom Hove. The world's largest cities and urban areas in 2006 and 2020/ Tann vom Hove. — Режим доступа: http://www.citymayors.com/sections/rankings_content.html
- The Eurabia myth – are Europeans starting to wake up? – Режим досупа: <http://yellow-stars.com/blog2/2010/03/11/the-eurabia-myth-%E2%80%93-are-europeans-waking-up/>.

World Urbanization Prospects: The 2009 Revision Population Database. –
Режим доступа: <http://esa.un.org/wup2009/>
Yamany M. The New Generation in the GCC: the Case of Saudi Arabia/ M.
Yamany // Oil and Regional Developments in the Gulf. — L., 1998. —
241 p.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ РАБОТА ЗА РУБЕЖОМ»

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

К УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ РАБОТА ЗА РУБЕЖОМ»

Учебная дисциплина «Социально-культурная работа за рубежом» — обязательная общепрофессиональная дисциплина, в которой рассмотрены основы зарубежной социально-культурной теории и практики.

Изучение общетеоретических вопросов обеспечения деятельности социально-культурных институтов за рубежом основано на изложении взглядов современных западных специалистов на социальную природу досуга, опыте внедрения различных моделей организации досуга в ряде развитых стран мира, результатах международного сотрудничества в социокультурной сфере. Учебная дисциплина знакомит будущих специалистов социально-культурной деятельности с содержательными и управленческими аспектами организации досуга за рубежом, социально-культурными проблемами отдельных регионов, а также новейшими технологиями в различных областях социально-культурной деятельности.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА

Цель изучения дисциплины – ознакомление студентов с опытом работы социально-культурных учреждений и организаций за рубежом как одним из источников инновационного развития современной социально-культурной деятельности.

Задачи курса

изучение социальных, культурных, экономических аспектов деятельности культурно-досуговых, образовательно-воспитательных учреждений и организаций за рубежом;

изучение типологии, структуры и функций социально-культурной деятельности за рубежом;

изучение особенностей социально-культурной работы с различными категориями населения передовых стран Запада по трем основным направлениям (социальная работа, культурно-досуговая деятельность и социальное воспитание);

анализ возможностей внедрения в деятельность российских учреждений культуры зарубежного опыта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Курс базируется на основе компетенций приобретенных студентами в процессе изучения курса «Теория и история социально-культурной деятельности».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Формируемые компетенции

Использование зарубежного опыта организации социокультурной деятельности при подготовке специалистов социально-культурной сферы позволит обеспечить усиление гуманистического содержания образования, повышение общего культурно-образовательного и профессионального уровня студентов, благодаря чему важными элементами профессиональной компетенции специалиста сферы социально-культурной деятельности становятся:

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- готовность к разработке целей и приоритетов творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные) (ПК-15);
- способность к обобщению и пропаганде передового опыта учреждений социально-культурной сферы по реализации задач федеральной и региональной культурной политики (ПК-16).

В дисциплине рассматриваются: особенности культурной политики передовых стран Запада, зарубежные модели досуга, социальная работа как одно из направлений решения социально-культурных проблем в зарубежных странах, культурно-досуговая деятельность за рубежом, социальное воспитание за рубежом и его взаимосвязь с другими социокультурными направлениями.

Освоение обширного теоретического и практического материала по изучаемой дисциплине предполагает системное использование наряду с традиционными активными форм обучения — семинаров-дискуссий, докладов, контент-анализа прессы и обсуждения проблемных материалов газет и журналов, разработку примерных досуговых программ и проектов.

Формы контроля

По дисциплине «Социально-культурная работа за рубежом» предусмотрены следующие виды контроля знаний студентов:

— *Оперативный контроль.* Оперативный контроль проводится с целью определения качества усвоения лекционного материала. Наиболее эффективным является его фронтальное проведение в письменной форме по окончании изучения очередной учебной темы. При этом могут использоваться контрольные вопросы, тестовые задания.

- *Рубежный контроль.* В течение семестра студенты, руководствуясь учебно-методическим планом, находят ответы на контрольные вопросы и тестовые задания по каждой теме образовательной программы. Формами контроля являются самостоятельные работы студентов, написание рефератов, контрольных работ, тестовые варианты контроля.

- *Итоговый контроль по курсу.* Для контроля усвоения данной дисциплины учебным планом предусмотрен экзамен. Оценки по зачету и экзамену являются итоговыми по курсу и проставляются в приложении к диплому.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа.

Учебно-тематический план дисциплины

Таблица №1

№ п / п	Наименование раздела	Всего час.	В том числе, час.						Формы контро ля
			Аудиторные занятия					Самос т.раб ота	
			лек ции	сем ина ры	Прак т. зан.	М/г руп ов. зан.	Инд . Зан.		
1	РАЗДЕЛ I. Специфика социально- культурного развития отдельных регионов	18	10	4	4			18	Операт ивный и рубеж ный
2	РАЗДЕЛ II. Технологии социально- культурной	18	8	4	6			18	Операт ивный и рубеж

работы с населением за рубежом								ный
Итого:	72	18	8	10			36	
Итоговый контроль:								Экзаме н

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов дисциплины

РАЗДЕЛ I. СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНОВ

Тема 1. Истоки современных досуговых тенденций в США (2 часа)

Историко-философские основания восприятия досуга как фактора рекреации и явления культуры. Теория "американской исключительности" в исторической мысли США.

История досуга в США. Современная социокультурная ситуация и проблемы культурной политики в США ("культурная элита", молодежные субкультуры, культура "черной Америки").

Государственная политика США в сфере организации досуга. Социально-экономические факторы развития культурно-досуговой сферы англоязычных стран: современное состояние и прогнозирование.

Реализация педагогического потенциала досуга: законодательная база развития досугового бизнеса, принципы общественно-государственной политики в области молодежного досуга.

Тема 2. Модели организации социально-культурной деятельности в Северной, Южной Америке и Австралии (2 часа)

Индустрия досуга и развлечений в США: инфраструктура отрасли, приоритеты развития системы досуга.

Содержательные аспекты досуга: взаимосвязь различных направлений общественного воспитания детей, подростков и взрослых в содержании СКД; создание и развитие традиционных и нетрадиционных досуговых общностей, разнопрофильных досуговых программ. Отражение закономерностей жизни американцев в основных направлениях содержания СКД.

Управленческие аспекты организации досуга: субъекты, организации, подготовка кадров культурно-досуговой сферы.

Основные преимущества американской модели культурно-досуговой деятельности.

Историко-культурный путь Бразилии. Специфика социально-культурного развития Бразилии на современном этапе.

Культурная политика Австралии и особенности австралийской социокультурной практики на современном этапе.

Семинар: Основные преимущества североамериканской, южноамериканской и австралийской моделей социально-культурной деятельности
(2 часа)

Вопросы к семинару:

1. Социологическая характеристика современного американского общества и факторы, обусловившие специфику развития социокультурной модели США.
2. Специфика этнокультурной ситуации в США.
3. Общие характеристики массовой культуры как базиса социокультурной модели США.
4. Специфика городской и сельской культуры США. Характеристика межотраслевых рекреационных комплексов США.
5. Средства пропаганды здорового образа жизни в США.

Литература:

1. Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб., 2008

2. Новикова И.А. Организация досуга подрастающего поколения в США: традиция и современность. — СПб.: СПГИК, 1991.

3. Титов Б. А., Кострова Н. А. Досуг в США. — СПб., 1992.

Дополнительная литература:

1. Бутенко М.Э. Зарубежный опыт социально-культурного развития. — СПб., 2003.

2. Сайт Культурно-досуговая деятельность: <http://o-dosuge.ru/category/organizaciya-dosuga-za-rubezhom>

Практическое занятие-диспут: Преимущества североамериканской и российской моделей культурно-досуговой деятельности
(2 часа)

Форма работы: работа в группах – каждая группа выбирает одну позицию и подбирает аргументы в свою пользу.

Тема 3. Этнокультурная и социально-культурная специфика развития стран Европы (2 часа)

Характеристика культурной общности народов Европы, особенностей материальной и духовной культуры. Изменение социокультурной ситуации в Европе в результате объединения стран в Европейский Союз.

Культурная политика Европейского союза и культурная ситуация в странах Европы, основные направления и культурные программы в рамках ЕС (отраслевые культурные программы конца XX-начала XXI веков).

Практическое занятие: проект «Культурная столица Европы» (2 часа)

Форма работы: индивидуально – разработка проекта культурной столицы Европы на примере города в европейской части России.

Литература:

1. Бутенко М.Э. Зарубежный опыт социально-культурного развития (учеб.пос.). — СПб.:СПбГУКИ,2003. – С.45-48.
2. Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб.,2008. – С. 36-40.

Тема 4. Теоретические основы и характеристика социально-культурного развития отдельных стран Европы (2 часа)

Франция: модель культурной политики с активным вмешательством государства. Анализ концепций досуга в современной французской социологии. Досуг как форма духовной деятельности (Ж. Дюмазедье). Место культуры в политике территориального обустройства Франции: трансформация концепций культурной политики в 1960—1980-е годы, культурная политика Франции 1990-х годов.

Великобритания: модель культурной политики с минимальным вмешательством государства.

Финляндия: модель культурной политики с косвенным участием государства.

Семинар: Модели культурной политики в странах Европы **(2 часа)**

Вопросы к семинару:

1. Специфика этнокультурной ситуации в Европе. Характеристики массовой и элитарной культуры Европы.
2. Специфика развития социокультурных моделей стран Европейского Союза: Франция, Великобритания, Финляндия.
3. Характеристика отраслевых культурных программ Евросоюза в конце XX – в начале XXI столетия.

Литература:

Абанкина И. Финансирование культуры в европейских странах: обзор подходов и методов/ И. Абанкина, Т. Абанкина, Н. Осовецкая //Отечественные записки. — №4 (24). – 2005.

Европейская культурная политика в действии // Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры. — М., 2002.

Описание национальных моделей культурной политики на странице сайта Совета Европы:
<http://profiles.culturalpolicies.net>

Дополнительная литература:

Косенко С. И. Европейские параметры современной культурной политики Франции. – М., 2007.

Салымбекова А. Д. Культурная политика Европейского союза в глобальном мире. — Бишкек, 2008.

Скородумова О. Б. Культурная политика Финляндии и ее роль в формировании новой модели информационного общества//Знание. Понимание. Умение. — 2008. — №4.

Тема 5. Общественно-культурное развитие стран Африки и Азии **(2 часа)**

Общественно-культурное развитие стран азиатского региона: культурная жизнь мусульманских стран (поиск самобытности, обращение к традиции и традиционным институтам)

Типология стран мусульманского Востока. Специфика досуга в мире ислама.

Социально-культурная специфика Индии.

Социокультурная специфика Японии (фетишизация исторического прошлого и "бумы национального самоанализа").

Концепция культурного развития постмодернизационной Японии (1980-е годы). Японская политика «мягкой силы» (начало XXI века).

Современная культурная политика Китая.

РАЗДЕЛ II. ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ РАБОТЫ С НАСЕЛЕНИЕМ ЗА РУБЕЖОМ

Тема 6. Социально дифференцированные технологии в системе организации досуга населения за рубежом (2 часа)

Опыт культурно-досуговой деятельности в скаутских организациях. Профессиональная ориентация подростков и молодежи в учреждениях клубного типа (на опыте США)

Социально-педагогический опыт формирования культурно-досуговой деятельности в "Ротари"-клубах.

Организация корпоративного досуга в трудовых коллективах за рубежом.

Организация досуга людей пожилого возраста в англоязычных странах.

Семинар: Организация досуга взрослого населения за рубежом (2 часа)

Вопросы к семинару:

1. Организация корпоративного досуга в зарубежных странах
2. Корпоративные туры для иностранных туристов в России
3. Организация досуга пожилых людей за рубежом

Литература:

1. Вдовенко Т.В. Социальная работа в сфере досуга в странах Западной Европы / Т.В. Вдовенко. — СПб: СПбГУП, 1999.
2. Копп Р. Потолок из рисовой бумаги: вторжение в японскую корпоративную культуру // Отдел кадров. — 2004. — № 4 (39).
3. Овчинников Д. Л. Корпоративная культура в России и Японии: Сравнительный анализ. — М., 2006

Практическое занятие: проект «Доступное учреждение культуры для людей с ограниченными возможностями» (2 часа)

Форма работы – в группах, разработка проекта учреждения культуры, доступного для посещения людей с ограниченными возможностями с учетом зарубежного опыта.

Тема 7. Проблемы и перспективы развития искусственных зон отдыха (4 часа)

Досуг как сфера формирования экологической культуры.

Понятие искусственной зоны отдыха. Основные характеристики современных парков и требования к их проектированию.

Типы рекреаций за рубежом. Инновации в сфере рекреационных услуг парков. Маркетинг услуг в парках спортивного, тематического, развлекательно-тематического типа.

Вакационные парки и проблемы подлинности современного культурного туризма.

Практическое занятие: проект «Искусственные зоны отдыха в России»

(2 часа)

Форма работы – индивидуально, разработка проекта искусственной зоны отдыха в России с учетом опыта проектирования таких зон за рубежом.

Литература:

- 1.Бутенко М.Э. Искусственные зоны отдыха за рубежом (учеб.пос.). — СПб.:Гранит,2005. – С.11-19.
- 2.Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб.,2008. – С. 65-82.
3. Диснеевский стиль обслуживания клиентов//Русский бизнес-клуб. 18 января 2005.

Тема 8. Современные информационные технологии в индустрии развлечений (2 часа)

Современный человек в информационном пространстве. Использование электронно-компьютерных средств (мультимедиа, системы виртуальной реальности) в различных областях культурно-досуговой деятельности: новые технологии в индустрии звукозаписи, шоу-программ, игорном бизнесе. Пересмотр системы кинопроката: мультиплексы как перспективное направление развития киноиндустрии.

Системы виртуальной реальности: классификации, области применения. Современные информационные технологии в музеях различных типов: естественнонаучных, художественных, историко-литературных (от музеев восковых фигур — к программам типа "Виртуальный Марк Твен"). Новые информационные технологии в музейно-выставочной деятельности: виртуальные музеи, телемузеи, сетевые музеи (Компьютерный музей в Бостоне, Музей магии в Блуа, Виртуальный музей университета Карнеги Меллона в Нью-Джерси). Психологические и социальные аспекты виртуальной реальности.

Семинар: Инновационные выставочные технологии в зарубежных странах

(2 часа)

Задание к семинару: Подготовка докладов по теме «Инновационные выставочные технологии» на примерах Венецианской биеннале (российские проекты «Пустые зоны», «Ландшафты будущего», «Коллективные действия»), серия проектов «52 сюрприза и идеи», проект «Экскурсия в темноте» (Таллинн).

Литература и материалы:

1. Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб., 2008
2. www.labiennale.org
3. www.mystonia.ru

Практическое занятие: проект «Интерактивные музейные технологии»

(2 часа)

Форма работы – в группах, разработка проекта интерактивного музея вуза с учетом опыта создания таких музеев за рубежом.

5.2.Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Таблица №2

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин				
		1	2	3	4	...
1.	Профиль 4. Теория и практика рекреации и анимации за рубежом	Темы 6,7,8				
2	Профиль 5. Социально-культурная деятельность с детьми за рубежом	Темы 6,7,8				

5.3.Практикум (семинарские, практические, индивидуальные занятия)

Таблица №3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид занятия	Тема занятия	Трудоемкость (час.)
1	Тема 2. Модели организации социально-культурной деятельности в Северной, Южной Америке и Австралии	Семинар	Основные преимущества североамериканской, южноамериканской и австралийской моделей социально-культурной деятельности	2
2.	Тема 2. Модели организации социально-культурной деятельности в Северной, Южной Америке и Австралии	Практич. (диспут)	Преимущества североамериканской и российской моделей культурно-досуговой деятельности	2
3.	Тема 3. Этнокультурная и социально-культурная специфика развития стран Европы	Практич.	Проект «Культурная столица Европы»	2
4.	Тема 4. Теоретические основы и характеристика социально-культурного развития отдельных стран Европы	Семинар	Модели культурной политики в странах Европы	2
5.	Тема 8. Социально дифференцированные технологии в системе организации досуга населения за рубежом	Семинар	Организация досуга взрослого населения за рубежом	2
6.	Тема 8. Социально	Практич.	Проект «Доступное	2

	дифференцированные технологии в системе организации досуга населения за рубежом		учреждение культуры для людей с ограниченными возможностями»	
7.	Тема 6. Проблемы и перспективы развития искусственных зон отдыха	Практич.	Проект «Искусственные зоны отдыха в России»	2
8.	Тема 7. Современные информационные технологии в индустрии развлечений	Семинар	Интерактивные музейные технологии	2
9.	Тема 7. Современные информационные технологии в индустрии развлечений	Практич.	Проект «Инновационные выставочные технологии»	2
Итого				18

5.4.Самостоятельная работа студента

Таблица №4

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины для самостоятельного изучения	Трудоемк., час.	Список рекомендуемой литературы (основная, дополнительная)	Вид контроля
	РАЗДЕЛ I. Специфика социально-культурного развития отдельных регионов	18	ОСНОВНАЯ: Бутенко М.Э. Опыт социально-культурного развития стран мусульманского Востока. — СПб., 2000 Бутенко М.Э. Зарубежный опыт социально-культурного развития. — СПб., 2003 Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб., 2008 Новикова И. А. Об использовании зарубежного опыта в подготовке специалистов культуры // Культура на пороге III тысячелетия. — СПб., 1994. Титов Б. А., Кострова Н. А. Досуг в США. — СПб., 1992. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ: Абанкина И. Финансирование культуры в европейских странах: обзор подходов и методов/ И. Абанкина, Т.	1.Выступление на семинарах, текст доклада 2. Тестовый опрос 3.Разработка авторского проекта

			Абанкина, Н. Осовецкая //Отечественные записки. — №4 (24). – 2005. Дюмазедье Ж. Досуг как форма духовной деятельности. — М., 1987. Захарченко И. Н. Теоретические аспекты формирования культурной политики Франции в первые годы V Республики //Знание. Понимание. Умение. – 2008. — №8. Катасонова Е. Л. Япония: Вызов западной цивилизации? // Япония: Мифы и реальность. — М.,1999. Киселева Т.Г. Теория досуга за рубежом. — М,1992. Косенко С. И. Европейские параметры современной культурной политики Франции. – М., 2007. Кротова Ю. Н. Государство и досуг (на материале англоязычных стран). СПб., 1996. Кротова Ю. Н. Досуг в экономически развитых странах (на примере США, Великобритании и Канады). — СПб., 1993. Кротова Ю. Н. Досуг и труд в англоязычных странах. — СПб., 1994. Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры. — М., 2002. Мошняга П. А. Специфика культурной политики Японии в условиях глобализации // Знание. Понимание. Умение. — 2009. — № 2. Салымбекова А. Д. Культурная политика Европейского союза в глобальном мире. — Бишкек, 2008. Скородумова О. Б. Культурная	
--	--	--	---	--

			политика Финляндии и ее роль в формировании новой модели информационного общества//Знание. Понимание. Умение. — 2008. — №4. Терехова О. В. Индустрия досуга в США. М., 1983. Описание национальных моделей культурной политики на странице сайта Совета Европы: http://profiles.culturalpolicy.es.net	
	РАЗДЕЛ II. Технологии социально-культурной работы с населением за рубежом	18	ОСНОВНАЯ: Бутенко М.Э. Искусственные зоны отдыха за рубежом. — СПб., 2005. Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб., 2008 Вдовенко, Т.В. Социальная работа в сфере досуга в странах Западной Европы / Т.В. Вдовенко. — СПб: СПбГУП, 1999. Куличков А. А. Детские общественные организации как средство подготовки подрастающего поколения к труду и жизни в сельской общине США. – М., 2004. Новикова И.А. Организация досуга подрастающего поколения в США: традиция и современность. — СПб. : СПГИК, 1991. Пузырева О. И.. Совместная работа школы, семьи и общины по обучению и воспитанию сельских школьников в США. — Рязань, 2005. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ: Дзиов А. Х. Моделирование процесса интеграции социальных и педагогических потенциалов в парке культуры и отдыха. М., 1997. Из опыта работы парков США	1.Реферат (эссе) 2. Тестовый опрос 3.Разработка четырех авторских проектов в 4.Выступление на семинарах, текст доклада

			(информ.-метод. материал). — М., 1990. Березин О.С. Цифровой кинотеатр. Эпизод 1//Техника кино и телевидения. – 2003. — № 4. Диснеевский стиль обслуживания клиентов//Русский бизнес- клуб. 18 января 2005. Леонтьева К. Цифровой кинопоказ в Европе: роль государства/ К. Леонтьева //Синемаскоп. – 2010. – Вып.4 (32). Сайт Будущие фермеры Америки: www.ffa.org/ Сайт 4Н: www.4-h.org/ Сайт Ротари Интернешнл: www.rotarian.org.ru	
--	--	--	---	--

**6. МАТРИЦА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОЖИДАЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ
ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПО РАЗДЕЛАМ УЧЕБНОЙ
ПРОГРАММЫ**

Таблица №6

Результаты освоения дисциплины (компетенции)	№№ разделов дисциплины	
	1	2
1. владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1)	+	+
2. умение использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9)		+
3. способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13)	+	+

4. готовность к разработке целей и приоритетов творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные) (ПК-15)	+	+
5. способность участвовать в опытно-экспериментальной работе по сбору эмпирической информации, проведению экспериментальных мероприятий и диагностике их педагогической эффективности (ПК-22)		+
6. способность к обобщению и пропаганде передового опыта учреждений социально-культурной сферы по реализации задач федеральной и региональной культурной политики (ПК-16).	+	+
7. способность к научно-методическому обеспечению учебно-воспитательного процесса и проведению воспитательных мероприятий с различными категориями участников социально-культурной деятельности (ПК-28)		+

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии включают:

1. Лекция — пассивный метод, обеспечивающий глубокое изучение предмета.

2. Интерактивные методы:

Интерактивная лекция — работа с видеоматериалами (5 видеофильмов на курс: «Страны ислама», «Искусственные зоны отдыха за рубежом», «Парк ДИСНЕЙЛЕНД», «Иммерсивные и интерактивные технологии в зарубежной музейной практике», «Системы виртуальной реальности в индустрии развлечений»)

Творческие задания — требуют от студентов не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют несколько подходов (разработка проекта «Санкт-Петербург – культурная столица Европы» для европрограммы «Калейдоскоп»; проекта «Искусственные зоны отдыха»)

Работа в малых группах — это стратегия, которая дает всем студентам (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Работа в малой группе — часть интерактивного метода – дебата, тема которого «СКД в США:

плюсы и минусы» Обсуждение сложных и дискуссионных вопросов по принципу «смени позицию»

Использование общественных ресурсов (знакомство с деятельностью Французского института в Санкт-Петербурге, Немецкого культурного центра им. Гёте. По возможности: проведение экскурсий по музеям Хельсинки и Стокгольма).

Образовательные технологии предусматривают:

работу студента по усвоению лекционного материала;

самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы;

самостоятельную работу по подготовке к семинарам и практическим занятиям;

выступление с докладами, сообщениями, рефератами для обсуждения на семинарах;

выполнение практикоориентированных творческих заданий, осуществление которых подразумевает как групповую, так и индивидуальную работу студента.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Список основной и дополнительной литературы

а) основная литература:

Бутенко М.Э. Опыт социально-культурного развития стран мусульманского Востока. — СПб., 2000

Бутенко М.Э. Зарубежный опыт социально-культурного развития. — СПб., 2003

Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб., 2008

Бутенко М.Э. Искусственные зоны отдыха за рубежом. — СПб., 2005.

Вдовенко Т.В. Социальная работа в сфере досуга в странах Западной Европы / Т.В. Вдовенко. — СПб: СПбГУП, 1999.

Куличков А. А. Детские общественные организации как средство подготовки подрастающего поколения к труду и жизни в сельской общине США. – М., 2004.

- Новикова И. А. Об использовании зарубежного опыта в подготовке специалистов культуры // Культура на пороге III тысячелетия. — СПб., 1994.
- Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры. — М., 2002.
- Новикова И.А. Организация досуга подрастающего поколения в США: традиция и современность. — СПб.: СПГИК, 1991.
- Пузырева О. И.. Совместная работа школы, семьи и общины по обучению и воспитанию сельских школьников в США . — Рязань, 2005
- Титов Б. А., Кострова Н. А. Досуг в США. — СПб., 1992.

б) дополнительная литература:

- Абанкина И. Финансирование культуры в европейских странах: обзор подходов и методов/ И. Абанкина, Т. Абанкина, Н. Осовецкая //Отечественные записки. — №4 (24). - 2005.
- Березин О.С. Цифровой кинотеатр. Эпизод 1//Техника кино и телевидения. - 2003. — № 4.
- Дзиов А. Х. Моделирование процесса интеграции социальных и педагогических потенциалов в парке культуры и отдыха. М., 1997.
- Диснеевский стиль обслуживания клиентов//Русский бизнес-клуб. 18 января 2005.
- Дюмазедье Ж. Досуг как форма духовной деятельности. — М., 1987.
- Европейская культурная политика в действии // Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры. — М., 2002.
- Захарченко И. Н. Теоретические аспекты формирования культурной политики Франции в первые годы V Республики//Знание. Понимание. Умение. - 2008. — №8.
- Из опыта работы парков США (информ.-метод. материал). — М., 1990.
- Катасонова Е. Л. Япония: Вызов западной цивилизации? // Япония: Мифы и реальность. — М.,1999.
- Киселева Т.Г. Теория досуга за рубежом. — М,1992.
- Копп Р. Потолок из рисовой бумаги: вторжение в японскую корпоративную культуру//Отдел кадров. -2004. — № 4 (39).
- Косенко С. И. Европейские параметры современной культурной политики Франции. - М., 2007.
- Кротова Ю. Н. Государство и досуг (на материале англоязычных стран). СПб., 1996.
- Кротова Ю. Н. Досуг в экономически развитых странах (на примере США, Великобритании и Канады). — СПб., 1993.
- Кротова Ю. Н. Досуг и труд в англоязычных странах. — СПб., 1994.

- Леман-Шпаллек В. Политика в области культуры // Европа от А до Я. Справочник Европейской интеграции/Сост. Вайденофельд В. и В. Вессельс. – М., 2002.
- Леонтьева К. Цифровой кинопоказ в Европе: роль государства/ К. Леонтьева //Синемаскоп. – 2010. – Вып.4 (32).
- Мошняга П. А. Специфика культурной политики Японии в условиях глобализации // Знание. Понимание. Умение. — 2009. — № 2.
- Овчинников Д. Л. Корпоративная культура в России и Японии: Сравнительный анализ. – М., 2006
- Салымбекова А. Д. Культурная политика Европейского союза в глобальном мире. — Бишкек, 2008.
- Скородумова О. Б. Культурная политика Финляндии и ее роль в формировании новой модели информационного общества//Знание. Понимание. Умение. — 2008. — №4.
- Терехова О. В. Индустрия досуга в США. М., 1983.

в) базы данных

- Описание национальных моделей культурной политики на странице сайта Совета Европы:
<http://profiles.culturalpolicies.net>
- Сайт Культурно-досуговая деятельность: <http://odosuge.ru/category/organizaciya-dosuga-za-rubezhom>
- Сайт Будущие фермеры Америки: www.ffa.org/
- Сайт 4Н: www.4-h.org/
- Сайт Ротари Интернешнл: www.rotarian.org.ru
- Сайт клуба Golden Age: <http://www.thegoldenageclub.com>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица №6.

№ п/п	Наименование	Количество
1.	Специализированные аудитории для видеопказа	1
2.	Специальное оборудование: проектор, колонки, ноутбук, DVD-плеер	
5.	Необходимые расходные материалы: -DVD диски	

**ПЕРЕЧЕНЬ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕГО, РУБЕЖНОГО И ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ
ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ**

опрос на практических и семинарских занятиях;
проверка научно-исследовательских работ, рефератов студентов;
результаты выполнения творческих заданий;
экзамен.

**II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ДИСЦИПЛИНЫ**

**1. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
СТУДЕНТОВ**

**Методические рекомендации к изучению темы «Этнокультурная и
социально-культурная специфика развития стран Европы»**

Проект: «Санкт-Петербург – культурная столица Европы».

План:

1. Определить 3 темы проекта. Под темой понимается «культурный автопортрет города», то есть ставится задача раскрыть его культурную специфику с позиции формирования его позитивного имиджа в глазах мировой общественности. Условие выполнения контрольной работы – тема, разрабатываемые студентом, не должна уже использоваться (например, «Санкт-Петербург – город белых ночей»).

2. Своеобразие темы раскрывается в ряде культурных мероприятий (для проекта достаточно трех мероприятий, раскрывающих тему в прошлом, настоящем и будущем).

3. Каждое мероприятие имеет двоякую цель:

подчеркивание общности культурных традиций европейских народов, схожести исторического пути их развития, необходимости их сближения и культурного сотрудничества при уважении национальной культурной идентичности каждой нации и народности.

подчеркивание национальных особенностей характера, культуры, быта и традиций российского народа.

4. Выбор целевых и контактных аудиторий.

Таблица для выполнения самостоятельной работы:

Тема	Мероприятия	Цели	Целевая аудитория
1.	1.	1.	1.
	2.	2.	2.
	3.	1.	3.
2.	1.	2.	1.
	2.	1.	2.
	3.	2.	3.
3.	1.	1.	1.
	2.	2.	2.
	3.	1.	3.

Литература:

1. Бутенко М.Э. Зарубежный опыт социально-культурного развития (учеб.пос.). — СПб.:СПбГУКИ,2003. – С.45-48.

2. Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб.,2008. – С. 36-40.

Методические рекомендации к изучению темы «Проблемы и перспективы развития искусственных зон отдыха»

Проект: «Искусственные зоны отдыха в России»

План:

1. Творческая идея (концепция зоны отдыха).
2. Концептуальные эскизные проекты (выбор темы или набора тем и стилей; подбор аттракционов; определение потенциальной аудитории).
3. Возможности обеспечения многопрофильности зоны отдыха:
 - учет сезонности;
 - максимальное использование технических возможностей в дневное и ночное время.
4. Оценка потенциальных возможностей географического места расположения предполагаемого объекта:
 - обеспеченность дорожной инфраструктурой;
 - учет ландшафтных особенностей местности;
 - учет экологических особенностей местности;
 - наличие зеленых насаждений и воды.
5. Оценка экономических возможностей реализации проекта
 - время, затраченное на дорогу к объекту;
 - предполагаемая численность посетителей.
6. Оценка технических возможностей реализации проекта:
 - выбор нужной площади;
 - расположение аттракционов на внутреннем пространстве территории (к работе прилагается план-схема).

Литература:

1. Бутенко М.Э. Искусственные зоны отдыха за рубежом (учеб. пос.). — СПб.: Гранит, 2005. — С. 11-19.
2. Бутенко М.Э. Общественно-культурное развитие за рубежом. — СПб., 2008. — С. 65-82.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Общечеловеческое и специфическое в организации досуга за рубежом (на примере одной из стран).
2. Новые технологии в социально-культурной сфере за рубежом (на примере одного из направлений СКД).

3. Особенности организации СКД с различными группами населения (на примере одной из стран).

Подготовка реферата предоставляет студенту возможность продемонстрировать умение работать с литературой и электронными поисковыми системами, применять навыки аналитического осмысления материала.

Каждый студент может выбрать одну из предложенных тем и в течение контрольного срока самостоятельно выполнять задание в соответствии с едиными требованиями, предъявляемыми к рефератам по данной дисциплине.

Требования к написанию рефератов

1) Формальные требования

1. Реферат должен быть напечатан на компьютере, шрифт 14, TimesNewRoman, межстрочный интервал 1,5. Поля – установленные «по умолчанию».

2. Объем реферата – 8-10 страниц основного текста (без титульного листа и списка литературы).

Отклонение более чем на 10% в сторону уменьшения или увеличения объема рассматривается как недостаток работы.

3. Срок сдачи реферата – несдача реферата в срок снижает оценку на 1 балл за каждый день опоздания.

2) Требования к содержанию реферата

Основная задача студента при написании реферата – уметь излагать основные положения подходов к социально-культурной практике за рубежом, сравнивать национальные модели, систематизируя их, описывать механизмы управления, оценивать существующие программы в области культурной политики.

Структура реферата

Реферат должен иметь следующую структуру: введение, основная часть и заключение.

Во введении излагается основная идея, цель работы и ее структура.

Основная часть должна раскрывать основную идею работы. Желательно, чтобы эта часть имела следующую структуру: теоретическая часть (1/3 объема) и эмпирическая часть (2/3 объема). В теоретической части дается описание теории и методологии, в эмпирической – экспертиза выбранной сферы, программы и т.д. с использованием выбранной методологии.

Эмпирическую часть может также представлять сравнение социокультурной практики двух или более стран, если работа имеет подобную цель.

В заключении представляются выводы, которые должны соответствовать поставленной цели.

При написании реферата должно быть использовано не менее 4 источников, включая электронные.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

6. Социологическая характеристика современного американского общества и факторы, обусловившие специфику развития социокультурной модели США.
7. Специфика этнокультурной ситуации в США.
8. Общие характеристики массовой культуры как базиса социокультурной модели США.
9. Специфика городской и сельской культуры США. Характеристика межотраслевых рекреационных комплексов США.
10. Средства пропаганды здорового образа жизни в США.
11. Особенности социально-культурного развития Бразилии.
12. Специфика этнокультурной ситуации в Европе.
13. Характеристики массовой и элитарной культуры Европы.
14. Специфика развития социокультурных моделей стран Европейского Союза: Франция, Великобритания, Финляндия.
15. Характеристика отраслевых культурных программ Евросоюза в конце XX – в начале XXI столетия.
16. Специфика социально-культурного развития в странах ислама первой группы.
17. Особенности социально-культурного развития стран ислама второй группы.
18. Специфика общественно-культурного развития в странах ислама третьей группы.
19. Концепции досуга в мире ислама. Причины недооценки рекреативно-развивающего потенциала свободного времени в исламе.
20. Специфика досуга в странах ислама. Ориентации населения стран ислама на здоровый образ жизни.
21. Особенности историко-культурного пути Индии и специфика ее социокультурного развития.
22. Специфические черты японской культуры.
23. Культурная политика Японии в XX веке. Причина разработки документа «Эпоха культуры».
24. Основные этапы развития японской культуры в начале XXI века и политика «мягкой силы».
25. Особенности историко-культурного пути и социокультурная практика Китая на современном этапе.
26. Особенности социально-культурного развития Австралии.

27. Понятие «искусственной зоны отдыха» и ее основные характеристики.
28. Факторы безопасности при проектировании новых искусственных зон отдыха учитываются инвесторами.
29. Критерии качественного обслуживания посетителей в современных зарубежных парках.
30. Характеристика зарубежных спортивных парков.
31. Специфика тематических парков за рубежом.
32. Преимущества сильного бренда Диснейленда.
33. Общая характеристика зарубежных тематических развлекательных парков.
34. Использование электронно-компьютерных средств в различных областях культурно-досуговой деятельности за рубежом.
35. Инновации в системе киноиндустрии за рубежом.
36. Характеристика систем цифрового вещания и новые возможности кабельных сетей за рубежом.
37. Средства реализации принципов иммерсивности и интерактивности в системах виртуальной реальности.
38. Области применения систем виртуальной реальности в зарубежной индустрии досуга и развлечений. Психосоциальные аспекты виртуальной реальности.
39. Социальное воспитание подрастающего поколения в скаутских организациях.
40. Профориентационная работа с подростками в сельских общинах США.
41. Организация социально-культурной работы в «Ротари»-клубах.
42. Традиции корпоративного досуга в трудовых коллективах за рубежом.
43. Тенденции в организации повседневного досуга в трудовых коллективах зарубежных фирм.
44. Организация досуга пожилых людей за рубежом: опыт англоязычных стран.

В процессе работы со студентами целесообразно использование общественных ресурсов.

1) знакомство с деятельностью зарубежных культурно-образовательных организаций

Французский институт в Санкт-Петербурге (Невский проспект, д.12; <http://www.ifspb.com/rus/>),

Французский институт в Санкт-Петербурге — культурная, образовательная и научная организация, призванная познакомить жителей Санкт-Петербурга и Северо-запада России с культурой современной Франции, а также способствовать интеллектуальным, художественным и научно-образовательным контактам.

Немецкий культурный центр им. Гёте (Наб. реки Мойки, 58, 7-й этаж; <http://www.goethe.de/ins/ru/pet/uun/ruindex.htm>).

Гёте-институт в Санкт-Петербурге существует с 1993 года и является подразделением отдела культуры Генерального консульства Германии. Основные цели Гёте-института в Санкт-Петербурге:

- Развитие и поддержка германо-российского диалога в области культуры и образования с целью создания позитивного имиджа Германии и повышения интереса к немецкой культуре

- Распространение и предоставление информации о Германии

- Популяризация немецкого языка в Санкт-Петербурге и в Северо-Западном регионе России

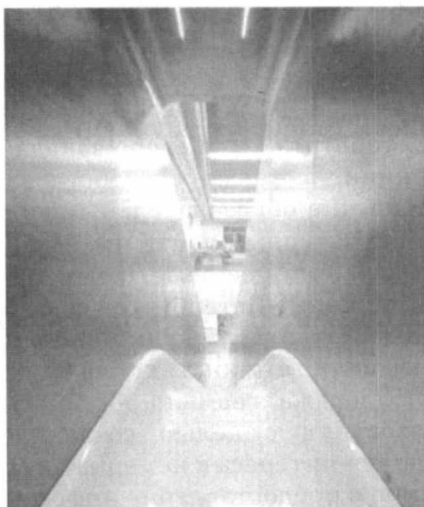
- Содействие диалогу между немецкими и российскими деятелями искусства.

1) знакомство с деятельностью зарубежных музеев по организации выставочного пространства и реализации принципа интерактивности (по возможности: проведение экскурсий по музеям «Городской музей Хельсинки» (<http://www.hel.fi/hki/Museo/fi/Etusivu>); музеям Стокгольма: Музей корабля "Ваза" (<http://vasamuseet.se/>) и Юнибакен (<http://www.junibacken.se/>).

ПРИЛОЖЕНИЯ

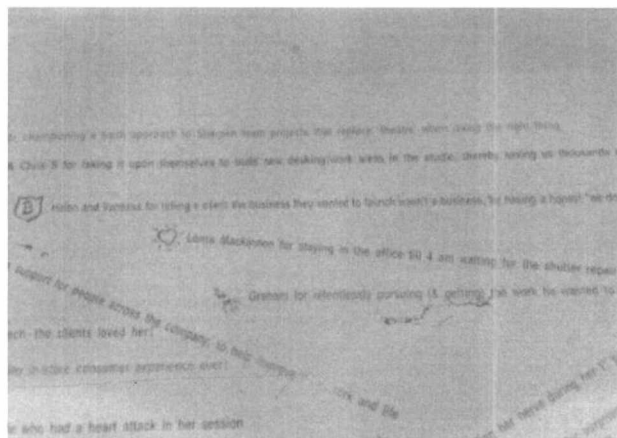
Приложение 1.

Горка и стол для переговоров в офисе Ред Булл (Лондон) (режим доступа: www.novate.ru/blogs/190208/8582/)



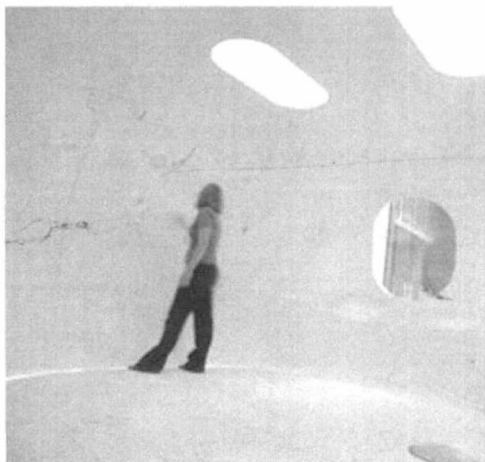
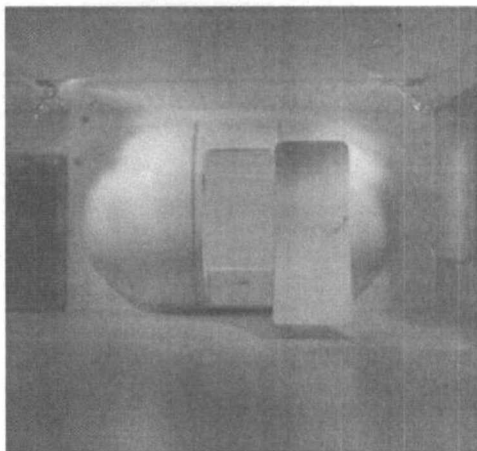
Приложение 2.

Обои и «корова-паук» в офисе фирмы «What If? Innovation» (режим доступа: www.novate.ru/blogs/190208/8582/)



Приложение 3.

Офис министерства развития экономики и бизнеса в Дании
(режим доступа: www.novate.ru/blogs/190208/8582/)



М.Э. ВИЛЬЧИНСКАЯ-БУТЕНКО

**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЗА РУБЕЖОМ**