



**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**Учреждение высшего образования**  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ**  
**КУЛЬТУРЫ»**

**Факультет социально-культурной деятельности и туризма**

**Кафедра социально-культурной деятельности**

**О.А. Павлова**

**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**  
**ЗА РУБЕЖОМ**

**Учебное пособие**

**Краснодар**  
**2021**

**УДК 379.8(075.8)**

**ББК 77я73**

**П 121**

**Рецензенты:**

*Логина Е. И.* – заместитель директора по учебно-воспитательной работе, профессор кафедры экономики и управления Волжского филиала ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»; доктор экономических наук, доцент ВАК.

*Мороз О. Н.* – профессор кафедры публицистики и журналистского мастерства ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»; доктор филологических наук.

**П 121 Павлова, О. А.**

Социально-культурная деятельность за рубежом : учебное пособие / О. А. Павлова ; М-во культуры Рос. Федерации, Краснодар. гос. ин-т культуры, Фак. соц.-культ. деятельности и туризма, Каф. соц.-культ. деятельности. – Краснодар : КГИК, 2021. – 107 с. – Текст : непосредственный.

В пособии представлен научно-теоретический и практико-дидактический материал по дисциплине «Социально-культурная деятельность за рубежом». Предназначено для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Пособие может быть полезно магистрантам, обучающимся по направлению подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность, слушателям курсов повышения квалификации, специалистам социально-культурной сферы, а также всем, кто интересуется проблемами организации культурно-досуговой деятельности за рубежом.

Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры» (протокол № 9 от 26 мая 2021 г.)

**ISBN 978-5-94825-422-7**

**УДК 379.8(075.8)**

**ББК 77я73**

© Павлова О. А., 2021  
© ФГБОУ ВО «КГИК», 2021

## Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ТЕМА 1. ТИПОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА РУБЕЖОМ .....	5
1.1 Основные направления зарубежных исследований социокультурной сферы.....	5
1.2 Российские научные школы об организации досуга за границей.....	13
ТЕМА 2.МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА В США .....	18
2.1 Роль социокультурной мифологии и протестантской этики в национальной самоидентификации американцев .....	18
2.2 Массовая культура как основа американской индустрии досуга.....	22
2.3 Межотраслевые рекреационные комплексы и приоритетные направления развития сферы досуга в США .....	31
ТЕМА 3. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО- КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ...	36
3.1 Единство в многообразии как особенность социокультурной и национальной идентичности европейцев .....	36
3.2 Евросоюз как политическая и экономическая коалиция стран Европы: от истории к современности .....	41
3.3 Роль культурных программ и культурной дипломатии в организации политических стратегий социально- культурной деятельности Евросоюза .....	46
ТЕМА 4. ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНО- КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АЗИИ И АФРИКЕ.....	62
4.1 Специфика организации досуга в мусульманских странах .....	62
4.2 Развитие «культурных индустрий» как реализация доктрины «мирного возвышения Китая» .....	74
4.3 Ребрендинг народной культуры, высокие технологии и «семейная» модель корпоративного менеджмента как основы индустрии досуга в Японии .....	89
СИСТЕМА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ .....	98
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ: .....	100
ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ.....	101

## ВВЕДЕНИЕ

В современном мире происходят стремительные перемены, связанные с развитием новых технологий, диджитализацией и интернет-революцией. Эти процессы не только трансформируют профессионально-квалификационную структуру социума, но и порождают большое количество свободного времени, способствуя развитию информационного общества и цивилизации досуга. Свободное время в этом новом обществе перестает выполнять функцию восстановления физических сил человека перед новым рабочим днем. Досуг превращается в смысл существования человека XXI века, который целенаправленно моделирует свое существование в обществе через «соотношение коллективного долга и индивидуального блага в пользу последнего»<sup>1</sup>.

Как следствие этого, возникает потребность в разнообразном, интересном и креативном проведении досуга, реализация которой в различных странах обуславливается особенностями их менталитета, а также сложившимися экономическими и социально-культурными условиями. В связи с этим цель настоящего пособия – ознакомить обучающихся с зарубежным опытом организации культурно-досуговой деятельности как источником инновационного развития современной социально-культурной деятельности. Характеристика теоретических и практических проблем обеспечения социально-культурной деятельности за границей, представленная в пособии, базируется на полемическом диалоге с позициями зарубежных досуговедов, на анализе опыта внедрения моделей досуга в различных странах, на осмыслении результатов международного сотрудничества в социокультурной сфере. Пособие также содержит материал, посвященный содержательным и управленческим аспектам организации досуга за рубежом, рассмотренным в контексте социокультурных проблем отдельных регионов.

Пособие «Социально-культурная деятельность за рубежом» представляет собой учебно-методический комплекс, содержащий, кроме теоретического материала, планы семинарских занятий и список учебной литературы, рекомендуемой для изучения.

# **ТЕМА 1. ТИПОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА РУБЕЖОМ**

---

## **1.1 Основные направления зарубежных исследований социокультурной сферы**

В зарубежных вузах отсутствует направление подготовки «Социально-культурная деятельность». Ему эквивалентны программы, осуществляющие подготовку специалистов в сферах социальной работы и организации досуга. Так, английский социальный работник, прошедший обучение в Шеффилдском или Уорквирском университете, должен уметь организовать досуг своих клиентов, а также быть для них психологом, психотерапевтом и адвокатом<sup>2</sup>. Бакалавр, закончивший американский университет, будет специалистом в областях рекреации и досуга, так как именно таковы названия программ подготовки в вузах США: «Рекреация и досуг» (Северная Каролина), «Рекреация, парк и туризм» (Флорида), «Рекреация» (Арканзас)<sup>3</sup>.

Значит, в контексте западноевропейской и североамериканской образовательных традиций, профессии, связанные с организацией социально-культурной деятельности, локализируются до сферы досуга, что находит подтверждение в зарубежной науке. В ней исследования социально-культурной деятельности связаны, прежде всего, с анализом теории и практики досуга.

Отметим, что социокультурное досуговедение – это молодое научное направление, получившее официальное признание научного сообщества Западной Европы и Северной Америки только в конце 1990-х гг. Данное направление образуют труды Ж. Дюмазедье, Т. Бартона, Э. Джексона, Дж. Келли, У. Купера, К. Роджека и др.

Зарубежные исследователи социокультурной сферы сошлись во мнении, что у истоков западного досуговедения стоит книга американского социолога и экономиста Т. Веблена «Теория праздного класса», в которой досуг впервые стал предметом самостоятельного научного исследования. Рассматривая общество с позиций эволюционизма, в исторической перспективе, Т. Веблен доказал, что праздный класс возникает на заре человеческой истории, в связи возникновением двух факторов. Первый проявляется в разделении социальной деятельности на «почетные» военно-доблестные, и буднично-бытовые занятия. Второй связан с зарождением частной собственности, в основе которой лежит сначала, в эпоху феодализма – приобретение через захват, а потом, на стадии индустриализма – организация производственной деятельности путем

использования чужой рабочей силы. В итоге владение частной собственностью становится основой для обретения индивидом в обществе власти, почета и престижного положения. В то же время производственная трудовая деятельность становится показателем низкого социального статуса и воспринимается обществом как унижающая личное достоинство индивида. В эпоху индустриализма престижное положение в обществе напрямую зависит от финансового благополучия индивида, который его показывает в обществе через «демонстративную праздность» и «демонстративное потребление». Более того, именно «денежная культура» определяет «каноны вкуса», в которых все – от одежды и досуга до наличия высшего образования – становится средством поддержания престижного социального положения «праздного класса»<sup>4</sup>.

Как видим, книга Т. Веблена имела ярко выраженный критический пафос, направленный против образа жизни «праздного класса», но при этом положила начало западной теории досуга. Символично, что книга была издана в 1899 году, так как на рубеже XIX–XX вв., в связи с ускорением процессов индустриализации и урбанизации, вызвавших появление класса наемных рабочих, на Западе начинается интенсивное развитие массовой культуры и соответствующих ей форм организации социокультурной сферы.

Впрочем, массовая культура заявила о себе еще во второй половине XIX века, например, в стиле бидермайер, реализовавшемся не только в искусстве, а также в одежде и в оформлении интерьера. Наличествуют элементы массовой культуры и в беллетристике тех лет, чему подтверждение – творчество Ж. Верна, У. Коллинза, Э. Сю, А. Дюма и др. Но наглядным воплощением массовой культуры стал кинематограф и, как это ни парадоксально прозвучит, развитие конвейерного производства в автомобильной компании Г. Форда. Переняв у владельца Oldsmobile Р. Олдса систему конвейерной сборки автомобиля, Г. Форд ее усовершенствовал, что привело не только к появлению дешевого доступного автомобиля, но и существенно изменило жизнь простых американцев. И дело не столько в том, что появился новый вид отдыха – автомобильная прогулка, сколько в формировании новой формы корпоративной культуры и соответствующей ей организации досуга.

Благодаря фордизму в ментальности западного человека сложилась концепция досуга как «остатка жизни», получившая популярность Западной Европе и в США в 1950–1960-е годы. В рамках данной концепции работа воспринималась как центральный жизненный интерес, а досуг – как организованная потребительская активность личности, реализуемая ею в свободное от работы время. Поэтому в неомарксистских исследованиях Франкфунтской социологической школы (Т. Адорно,

Г. Маркузе, Э. Фромм, Ю. Хабермас), в трактатах постмодернистов (Ж. Бодрийяр) организация культурно-досуговой деятельности в западных обществах истолковывается как порождение капиталистического общества потребления.

В связи с этим вполне закономерным событием стало появление в 1962 году книги Ж. Дюмазедье «На пути к цивилизации досуга?». В своих рассуждениях французский социолог исходил из того, что в жизни современного западного человека досуг незначительно уступает рабочему времени по продолжительности и имеет тенденцию возрастать; по привлекательности он превзошел труд. Значит, досуг перестал быть отдыхом как подготовкой к труду, т.е. «приложением к нему». Следовательно, досуг в развитых обществах стал «привычной реальностью». Более того, он является «центральной элементом культуры», связанным «проблемами труда, семьи, политики»<sup>5</sup>. Значит, самоценность досуга в постиндустриальном обществе, особенно среди его молодежи, по мнению Ж. Дюмазедье, процесс, свидетельствующий о наступлении «цивилизации досуга».

Однако в 1970-е годы Ж. Дюмазедье – профессор Сорбонны и университета Р. Декарта, основатель фонда «Народ и культура» и председатель Комитета по исследованию досуга и моделей культурного поведения в Международной социологической ассоциации, – пересматривает свою позицию в работе «Эмпирическая социология досуга», содержащей «критику и контркритику цивилизации досуга». В этой книге он подвергает сомнению свою идею об уже наступившей «цивилизации досуга» и размышляет о «цивилизации культурного развития», в которой немалую роль играет «социология культурного планирования» развития индивида через досуговую деятельность<sup>6</sup>.

Итак, Ж. Дюмазедье рассматривает досуг как артефакт культуры и вместе с тем как свободную деятельность индивида, не связанную с его семейно-социальными обязанностями, основанную на его свободном выборе, продиктованном волей к релаксации, развлечениям и саморазвитию через реализацию его творческо-созидательных способностей.

В то же время, не без влияния Ж. Дюмазедье, понятие «культура досуга» стало концептуальным центром зарубежных исследований социокультурной сферы 1980–1990-х гг. К этому периоду в экономически развитых странах, вступивших в своем развитии в стадию постиндустриализма, произошли социокультурные процессы, существенно трансформировавшие прежние представления о сущности культурно-досуговой деятельности. Так, использование новых технологий в сфере производства привело к возрастанию числа безработных, и в данном случае увеличение свободного времени уже не воспринималось как

благо. В связи с этим уместно говорить о крахе иллюзии неограниченного потребления, так как в условиях безработицы и кризисов, от которых не были застрахованы даже процветающие западные страны, стало очевидно, что товарное изобилие гипермаркетов финансово доступно далеко не всем. Критике даже подверглось осмысление досуга как времяпрепровождения в свободное время, которое трактовалось как высшая ценность, ибо оно уже перестало быть таковым. В итоге в 1980–1990-е годы западными исследователями досуг стал рассматриваться как целенаправленная осознанная деятельность, осуществляемая «ради нее самой», в которой более важен процесс, а не результат. Такая позиция присутствует в трудах Р. Бартона, Э. Джексона, Дж. Келли, У. Купера, К. Роджека, Р. Стеббинса и др.

В конце XX века в трудах зарубежных исследователей наметились общие тенденции в толковании содержания досуговой деятельности, которая связывалась с особенностями социокультурных процессов. Определяя культуру как основу социального поведения, в том числе и в сфере досуга, Дж. Келли рассмотрел досуг как «производное от культуры». Вводя в научный оборот понятие «культура досуга», ученый доказал, что специфика форм досуга обусловлена культурно, исторически и географически. Значит, особенности досуговой деятельности определены в своих характеристиках уровнем развития культуры конкретного народа, исторической эпохой и местом его обитания<sup>7</sup>.

Концепция культурно-досуговой деятельности, разрабатываемая канадским ученым Р. Стеббинсом на протяжении 1980–2000-х гг., универсальна и оптимистична. Трактую досуг исключительно положительно, как деятельность, способствующую развитию личности, он выделяет три вида досуговой деятельности: «серьезный досуг», «случайный досуг» и «спроектированный досуг».

К «серьезному досугу» относится деятельность «хоббистов», «волонтеров», а также «любителей», нередко развивающихся в областях спорта, науки и искусства до уровня профессионалов. Сущность «серьезного досуга» проявляется в том, что его представители делают своего рода «карьеру» в сфере досуга, которая проявляется в достижении «уникальной моральной цели». Данная этическая цель связана с обретением множества длительных «выгод», среди которых – «самоактуализация», «самоидентификация», «самовыражение», «самоуважение», «самоудовлетворение» личности. Но главное для индивида заключается в ощущении личной сопричастности к «социальным мирам» свободной досуговой деятельности, воплощающей его «центральный жизненный интерес» и приносящей ему положительные эмоции.

«Случайный досуг», по Р. Стеббинсу, – кратковременная деятельность, не подкрепленная глубоким интересом личности. Она может приносить удовольствие, но не является для человека чем-то важным, так как он не идентифицирует себя через нее<sup>8</sup>. «Спроектированный досуг» занимает промежуточное место между «серьезным» и «случайным» и с одинаковой долей вероятности может трансформироваться как в первый, так и во второй. Вообще, «спроектированный досуг» – это «досуг от случая к случаю», так как представляет собой сложное творческое мероприятие, требующее предварительного планирования. Это нерегулярная или даже «одноразовая» форма проведения досуга. Например, такова волонтерская помощь в организации Олимпийских игр. Но и «случайный досуг» приносит людям свои моральные «дивиденды» в виде чувства удовольствия от сознания собственного вклада в общее дело<sup>9</sup>.

На основании своих рассуждений Р. Стеббинс создает оптимистичный футурологический прогноз. В постиндустриальном обществе, в связи с внедрением новых технологий в производство, будет увеличиваться количество свободного времени и будут снижаться потребности производства в новой рабочей силе. Однако ранний выход на пенсию не должен восприниматься человеком как утрата статусного положения в обществе и смысла жизни, так как заменой карьеры может стать серьезный досуг, в котором человек способен снова обрести новый «центральный жизненный интерес». Поэтому общество должно пропагандировать занятия «серьезным досугом».

Необходимо подчеркнуть, что концепция Р. Стеббинса имеет немало оппонентов, которые высказывают свои критические замечания по трем основным направлениям. Во-первых, в связи с необходимостью учета гендерного подхода, так как женщины в сравнении с мужчинами, как правило, более ограничены в свободном времени, ибо постоянно живут в режиме «многозадачности», балансируя между деторождением, работой, материнством, и потому не могут много времени уделять на «карьерный рост» в занятиях «серьезным досугом». Во-вторых, в связи с характеристикой структуры «серьезного досуга», и наконец, в-третьих, предлагают рассмотреть негативный аспект досуга.

Нетривиальный взгляд на негативный аспект досуга содержит работа К. Роджека «Девиантный досуг: темная сторона свободного времени» (1999), концепцию которой он выстраивает через полемический диалог с позицией Т. Веблена. Он рассуждает об «альтернативном праздном классе», представители которого не имеют высокого социального статуса, но при этом также отказываются от регулярной трудовой обязанности. В добавление к этому, представители «альтернативного

праздного класса» не приемлют моногамии, традиционного домашнего быта и прочих жизненных норм обычных «правильных людей». «Альтернативный праздный класс» – это люди, по выражению К. Роджека, с «пестрой коллекцией жизненных стилей»: революционеры, политические диссиденты, криминальные элементы и ретристы – люди, отказавшиеся от общественно одобряемых целей и норм жизни. Представители «альтернативного праздного класса», согласно К. Роджеку, оказывают существенное влияние на изменения общественной реальности. Причем основополагающую роль в этих изменениях играют предлагаемые им модели организации досуга – от протестных акций диссидентов до организации революционерами митингов и забастовок как форм управления рекреацией масс. Это означает, что организация досуговой деятельности в интерпретации К. Роджека предстает мощным механизмом манипуляции индивидуальным и массовым сознанием.

Однако, как правило, досуговая деятельность, осуществляющаяся в антисоциальных и аморальных формах, исследуется «психологами, психиатрами и криминалистами»<sup>10</sup>. Такой подход, по мнению К. Роджека, не корректен, ибо обусловлен идеологией прогресса, в контексте которой досуг рассматривается как основа для личностного самосовершенствования, а все, что этому не соответствует, трактуется как формы девиантного поведения. Однако подобная интерпретация организации досуга не правомерна в силу того, что не представляет в полной мере картину социальной жизни, в которой всегда наличествует отступление от нормы. Более того, именно в досуге наиболее явственно проявляется свобода личного выбора человека, который отнюдь не всегда избирает путь самосовершенствования и духовно-интеллектуального развития.

Поэтому не случайно, что в работах 2000-х гг. К. Роджек рассуждает о «свободе выбора» как основе организации культурно-досуговой деятельности. Специфику «досугового поведения» человека он определяет через характеристики «ситуативность, когнитивность и чувственность»<sup>11</sup>. По мнению К. Роджека, на выбор форм организации досуговой деятельности влияют два фактора. Первый фактор связан с человеком – его интеллектуальными и эмоциональными качествами; второй – с особенностями социокультурной среды, так как «люди делают свой выбор в досуге, но они не выбирают те или иные условия и действия». Следовательно, «досуговая практика отражает контекст окружающей среды, но она также трансформирует этот контекст через свои результаты». Как видим, с точки зрения К. Роджека, досуговые формы носят ситуативный характер, обусловленный спецификой социокультурного контекста. При этом изменения в досуговой практике происходят в резуль-

тате взаимодействия таких факторов, как свобода выбора досуга, место осуществления досуга и контекст социокультурной среды.

Этический аспект свободы выбора досуга связан с реализацией в поведенческой модели личности принципов «забота о другом» и «забота о себе». Сущность данного взаимодействия осмыслена К. Роджером в экзистенциалистских традициях. «Основой для социального взаимодействия и солидарности, – отмечает он, – являются общие интересы в выживании, персональном и коллективном благополучии». В контексте этих интересов «забота о другом» предстает как «социальное включение в гражданское общество», атрибутами которого являются активная защита окружающей среды и прав человека через «распределительную справедливость». Применительно к культуре досуга «распределительная справедливость» означает процедуры расширения доступа населения к ресурсам досуговой деятельности через непредвзятое разделение экономических, культурных и политических ресурсов. При этом «активные граждане», участвующие в процессах «распределительной справедливости», посредством взаимоотношений и взаимодействия с властями, формируют товарищеские отношения, основанные на взаимном уважении и заботе об общих благах, понимаемых как неотъемлемая часть «заботы о себе».

Однако свобода выбора, реализуемая в досуге, двойственна, и может проявиться в том, что принцип «заботы о себе» будет воспринят личностью гедонистически. Такой выбор может привести к нарушению этических норм в организации досуговой деятельности и, в конечном счете, породить в обществе агрессию и насилие. В этом случае трактовка досуга, предпринятая К. Роджеком, обретает сугубо политическое звучание. Досуг предстает как оптимальная ситуация для приобщения человека – через реализацию свободы выбора – к информации и к благоприятным возможностям гражданского участия в «распределительной справедливости». Итак, понимая досуг как политический феномен, К. Роджек не приемлет ни либерализма, ограничивающего свободу выбора рамками закона и права; ни государственного регулирования досугового поведения людей, принятого в потерпевшем крах социализме. Для К. Роджека основой досуга предстает саморегуляция личности, которая создается информационными средствами, формирующими активных граждан, вовлеченных в общественную жизнь «для самого себя» и «для другого».

Кроме К. Роджека, досуг как негативную деятельность, выходящую за границы морали и закона, рассматривают такие западные исследователи, как Э. Джексон, Д. Скотт, С. Шоу<sup>12</sup>. Они связывают появление негативной досуговой деятельности не только со свободой выбора человека, но и, прежде всего, с несовершенством существующих зако-

нов, допускающим их неоднозначную интерпретацию. Но именно К. Роджек говорит о политическом статусе досуга, рассматривая его правильную информационную организацию как мощный рычаг управления обществом, что в наибольшей степени актуально для постиндустриальных обществ с их развитой индустрией досуга.

Понятие «индустрия досуга» занимает центральное место в работах современных западных исследователей досуговой деятельности. В их трактовке индустрия досуга не исчерпывается сферой экономики, так как представляет собой совокупность отраслей социокультурной деятельности, создающих услуги и товары для использования их человеком в свободное время. Индустрия досуга включает в себя массовую художественную культуру во всем многообразии ее развлекательных жанров и видов, профессиональный спорт, цирк, массовые постановочно-зрелищные представления, индустрию курортных и туристических услуг, а также производство досуговых потребительских товаров.

«В развитых экономических системах, – рассуждает Р. Рассел, – досуг сам по себе индустрия. Туризм – яркий пример того. Туризм собирает многие различные бизнесы: туристские привлекательные объекты, транспортные системы, места проживания, рестораны, развлечения и рекламу». Он доказывает, что «на извлечении выгоды из человеческой потребности путешествовать ради удовольствия» во многих современных странах созданы туристическая индустрия и «сервисный сектор экономики». В целом специфику культурно-досуговой деятельности Р. Рассел сводит к сугубо экономическим аспектам, рассматривая ее как третий сектор экономики, в который современным бизнесменам выгодно инвестировать в силу ряда причин – от налоговых льгот до улучшения имиджа компании, способствующего возрастанию ее прибыли<sup>13</sup>.

Таким образом, в западных исследованиях социокультурной сферы основным объектом исследования является деятельность по организации досуга. Несмотря на многообразие теоретико-методологических подходов к сфере досуга, зарубежные ученые трактуют досуг как проявление свободы выбора личности и способ ее самовыражения и самоидентификации. При этом ими осмыслена социокультурная обусловленность досуговой деятельности, обретающей большое значение в индустриях досуга постиндустриальных информационных обществ. Данные проблемы теории досуга актуальны для работ ученых Западной Европы и Северной Америки. Но, в связи с развитием новых информационных технологий, ускоряющих процессы глобализации, вопросы изучения досуга обретают значимость и в других регионах Земли. Это наглядно отражено в географии публикаций, представленной в международных журналах по досуговедению, например, в «Leisure Research», «Leisure Studies».

## 1.2 Российские научные школы об организации досуга за границей

Активное исследование зарубежного опыта организации досуга началось в России в первой половине 1990-х годов, в момент возникновения социально-культурной деятельности как новой специальности и научной дисциплины. Параллельно с разработкой теоретико-методологических основ ее исследования российские ученые занимались изучением проблем организации культурно-досуговой деятельности за рубежом. В настоящий момент данное научное направление представлено трудами М.А. Ариарского, Т.В. Вдовенко, М.Э. Вильчинской-Бутенко, В.З. Дуликова, А.Д. Жаркова, Г.А. Ивановой, Т.Г. Киселевой, Е.М. Ключко, А.С. Ковальчук, Ю.Н. Кротовой, Е.Б. Мамбекова, И.А. Новиковой, Г.П. Обносовой, О.В. Тереховой, Б.А. Титова, Н.Н. Ярошенко и др.<sup>14</sup>

Объединяет отечественных ученых, исследующих зарубежный опыт организации досуга, констатация изменений современной культурно-досуговой сферы под влиянием глобализации. Российские досуговеды едины в признании того, что специфика данных изменений обусловлена тремя магистральными процессами. Во-первых, процессы унификации культур под влиянием цифровой ретрансляции ценностей и поведенческих шаблонов общества потребления с его индустриями досуга. Во-вторых, это интернет-революция и диджитализация как факторы, ускоряющие процессы глобализации и технологически обуславливающие возникновение виртуальных и смешанных форм организации досуга. В-третьих, институционализация геополитического пространства посредством создания международных органов управления человеческой цивилизацией. Создание таких управленческих структур началось с 1940-х годов и продолжается по настоящее время. На сегодняшний день созданы органы управления мировым сообществом в различных сферах его существования. Так, за политический и финансово-экономический аспекты отвечают Организация объединенных наций (ООН), Совет Европы (СЕ), Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ), Всемирная торговая организация (ВТО), Международный валютный фонд (МВФ), Всемирная торговая организация (ВТО); за здравоохранение – Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ). Органами международного управления в социокультурной сфере являются Организация объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Международный совет музеев (ИКОМ), Международная федерация библиотечных ассоциаций и учреждений (ИФЛА), Международная ассоциация парков и аттракцио-

нов (IAPPA), Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС), Международная социологическая ассоциация (МСА), Всемирная ассоциация по организации досуга и отдыха (WLRA), Международная ассоциация мирового туризма (МТ) и др.

Досуг в толковании отечественных исследователей представляет собой совокупность видов деятельности, предназначенных для удовлетворения потребностей личности в свободное время, осуществляемое без принуждений, на основе волеизъявления и свободного выбора человека. Однако, при таком общем понимании специфики досуговой деятельности, в России наличествуют, по меньшей мере, две научные школы, представители которых по-разному исследуют проблемы организации социально-культурной деятельности за рубежом. Назовем эти научные школы московской и петербургской, подчеркнув при этом условность обозначений, так как в данном случае наименования – это не столько показатель географической локации школы, сколько приверженность ученых определенной научной традиции.

Значит, различия между московской и петербургской школами носят концептуальный характер и связаны со спецификой интерпретации сущности социально-культурной деятельности, даваемой ими. Для московской научной школы, базирующейся на академической площадке МГИК, социально-культурная деятельность рассматривается как педагогическая в своей сути, тогда как в рамках петербургской школы, основывающейся на академической площадке СПбГИК, она рассматривается с точки зрения педагогической культурологии. Различие данных подходов обнаруживается не только в теоретико-методологических концепциях зарубежной культурно-досуговой деятельности, но и наглядно проявляется в организации дидактического материала учебных пособий, создаваемых представителями этих научных школ.

На базе МГИК, в рамках московской научной школы, существует три направления исследования социально-культурной деятельности: теории и методологии социально-культурной деятельности (Ю.Д. Красильников, Ю.А. Стрельцов, Н.Н. Ярошенко), теории и практики культурно-досуговой деятельности (А.Д. Жарков, Л.С. Жаркова); теории и практики социокультурного менеджмента (В.М. Чижиков). Так как данные направления отражают различные аспекты исследования социально-культурной деятельности, Н.Н. Ярошенко правомерно называет их «научными школами»<sup>15</sup>. Это еще раз подчеркивает условность и собирательность наименования «московская научная школа», приверженцы идей которой представлены по всей России.

Принципиальным отличием московской научной школы, объединяющим всех ее представителей, является педагогический подход к

социально-культурной деятельности. Сущность этого подхода лаконично выразил Н.Н. Ярошенко, отметив, что «в рамках педагогики досуга, идеи которой конкретизируются в современной научной специальности “13.00.05 – Теория, методика и организация социально-культурной деятельности”, сегодня преобладает подход к пониманию свободного времени и досуга как пространства для развития личности в ее наилучших способностях и дарованиях»<sup>16</sup>.

Специфику реализации данного подхода демонстрирует учебное пособие В.З. Дуликова «Социально-культурная работа за рубежом», написанное в традициях педагогики досуга. К «основным составным частям» социально-культурной деятельности за рубежом ученый относит «социальную работу, культурно-досуговую деятельность и социальное воспитание». При этом «социальное воспитание» предполагает «социально-педагогическую работу с подрастающим поколением». Тогда как «социальная работа», охватывающая «незащищенные либо слабо защищенные слои населения», также «решает» не только «культурно-досуговые», но и «социально-педагогические задачи»<sup>17</sup>. Дидактический материал пособия подается с позиций проблем педагогики досуга, в соответствии с «основными составными частями» социально-культурной деятельности в понимании автора. И, следовательно, включает главы, посвященные социальной работе, социальному воспитанию и культурно-досуговой деятельности за рубежом.

Изложение материала дается с позиций компаративистики – сравнительного анализа организации социально-культурной деятельности в России и за рубежом. Анализ зарубежных социокультурных процессов ведется с использованием теоретического инструментария педагогики досуга. Например, с этих позиций рассматриваются кризисные тенденции глобализации, происходящие за рубежом – такие, как «коммерциализация культуры, недоступность ее для основных категорий населения, преобладание бездуховности и культ насилия в произведениях искусства, отсутствие баланса между содержательными и развлекательными элементами искусства». Однако, в целом соглашаясь с данной критикой культуры, необходимо помнить, что это культура постиндустриального общества потребления и в ней действительно преобладают досуговые мероприятия развлекательного характера и потому оценивать ее по критериям «педагогики досуга» не уместно. Кроме этого, дидактическими издержками данного подхода можно назвать сосредоточенность авторов, работающих в традициях московской научной школы, на характеристике исключительно европейского и североамериканского материала (работы В.З. Дуликова, Т.Г. Киселевой, Е.М. Ключко, А.С. Ковальчук, Э.М. Лисс).

К тому же этот материал освещается с позиций российской педагогики, признающей за социально-культурной деятельностью высочайший воспитательный потенциал. В русле этого подхода производится ревизия «системы ценностей западной цивилизации, переросшей в систему соблазнов» и предпринимается попытка вписать западные формы досуга в российскую педагогическую аксиологию. Наглядно это демонстрирует В.З. Дуликов, критически оценивая западную культурно-досуговую деятельность, «исходя из функций и принципов социально-культурной деятельности», по «трем группам показателей – сущностным, качественным и эффективности». Безусловно, необходимо критически относиться к зарубежному опыту организации социально-культурной деятельности. Особенно актуально это было для России конца 1990 – начала 2000-х годов, когда она находилась на перепутье своего развития. Однако не вполне корректно вписывать принципы, методы, формы и технологию организации западного досуга в контекст ценностей отечественной теории педагогической сущности социально-культурной деятельности; тем более, что она Западе, особенно в США, досуг изначально носил развлекательный характер и был коммерческим предприятием.

Петербургская научная школа работает в традициях педагогической культурологии. По словам ее идеолога, М.А. Ариарского, она нацелена на «выявление закономерностей, принципов, средств, методов и форм создания, сохранения, трансляции и освоения культурных ценностей, норм, и практик в сфере художественно-эстетической, религиозной, нравственной, социально-психологической, политической, правовой, экономической, экологической, физической культуры»<sup>18</sup>. В рамках данной школы становление личности рассматривается через трехэтапный процесс усвоения культуры «хомизация – социализация – инкультурация». Иными словами, педагогический подход к трактовке сущности социально-культурной деятельности сохраняется. Но при этом она не сводится к внешкольной педагогике, понятой как педагогика досуга. Социально-культурная деятельность понимается как процесс становления и развития индивида посредством культуры в личность и индивидуальность. В связи с этим акцентируется значимость социокультурной среды в становлении и воспитании человека, а значит, важность национально-культурных исторических норм, идеалов, ценностей и традиций.

Специфика исследовательского подхода петербургской школы реализуется через региональный ракурс освещения особенностей социально-культурной деятельности за рубежом, благодаря которому последовательно освещаются содержание и формы досуговой деятельности,

культурная политика не только в Европе и США, но и на Ближнем Востоке, в Юго-Восточной Азии, Африке, Австралии. Специфика проведения свободного времени различными народами предстает в обусловленности такими факторами, как «климатические условия, географическое местоположение страны, этнонациональные традиции и обычаи»<sup>19</sup>. Досуг трактуется как этнонациональный социокультурный феномен. Продуктивную реализацию данного подхода содержат работы М.А. Ариарского, М.Э. Вильчинской-Бутенко, Т.В. Вдовенко, Е.Б. Мамбекова и др.

Таким образом, на методологической основе педагогического подхода к осмыслению сущности социально-культурной деятельности в России сложились московская и петербургская школы. Однако реализации данного подхода в этих школах существенно отличаются друг от друга. Если московская школа ведет исследование социально-культурной деятельности в традициях педагогики досуга, то петербургская школа истолковывает ее как становления и развитие личности, проходящей через стадии хомизации, социализации и инкультурации, в процессе приобщения к ценностям и традициям культуры.

Вследствие такого подхода возникает понимание досуга как этнокультурного феномена, в его исторической социокультурной обусловленности, что порождает целесообразность рассмотрения зарубежной культурно-досуговой деятельности в ее региональной специфике.

### 2.1 Роль социокультурной мифологии и протестантской этики в национальной самоидентификации американцев

Досуговую деятельность американца сложно охарактеризовать в силу того, что различны поведенческие стереотипы, способы коммуникации, религиозно-этические и культурные традиции народов, населяющих США. Мультикультурность является характерным признаком американской ментальности, возникшим в момент формирования этого государства и сохранявшим свою актуальность поныне. В конце XVIII века в Америке для характеристики процессов формирования американской нации появилось выражение «плавильный тигль». Спустя двести лет с данной метафорой стали конкурировать другие – «овощной суп», «роскошная мозаика», «сборная солянка». Но, несмотря на различие создаваемых образов, все эти метафоры наглядно отразили специфику процесса формирования американской нации, складывавшейся в результате слияния множества национальных культур.

Опросы по национальностям проходят в США в рамках переписи населения, которая проводится раз в десять лет. Согласно переписи 2010 года, в 2021 году национальный состав населения Америки выглядит следующим образом: «белые американцы – 72,4 %, афроамериканцы – 12,6%, американцы азиатского происхождения – 4,8%, коренные американцы или коренные жители Аляски – 0,9%, некоторые другие расы – 6,2%; две или более расы – 2,9%»<sup>20</sup>. Итак, американская нация – достаточно молодое, насчитывающее чуть более двухсот лет, полиэтническое образование, в состав которого входят три главных расы человечества – монголоидная, европеоидная и негроидная.

Коренные жители США составляют менее 1% от общего населения страны, причем примерно третья часть от общей численности индейского населения живут в 199 резервациях и общаются с государством через свои племенные органы власти. Резервации являются суверенными образованиями, налогов государству не платят, поэтому весь доход от осуществляемого на их территории игорного, туристического и зрелищного бизнеса идет на пользу общин. Безусловно, не все резервации сохранили исконную культуру и обычаи. Но в целом именно резервации являются центрами сохранения традиционной индейской культуры, языка, ремесел и прикладного искусства.

Начиная с 1960-х гг. американская общественность активно боролась с системой расовой дискриминации, что привело к возникновению среднего класса среди афроамериканцев. Согласно Национальному центру статистики образования, 20,6% афроамериканцев имеют ученую степень бакалавра; 26% афроамериканцев имеют высокооплачиваемую работу<sup>21</sup>. Кроме того, в начале третьего тысячелетия в США насчитывалось 44,9 тысяч чернокожих врачей, 80 тысяч преподавателей, 48,3 тысячи юристов и 52,4 тысячи топ-менеджеров<sup>22</sup>. Рост доходов повышает потребности в образовании и в культурном проведении досуга. Поэтому поколения афроамериканцев, выросшие в кварталах со смешанным населением и получившие высшее образование, начиная с 1990-х гг., считают себя «культурными мулатами», продолжателями традиций многонациональной американской культуры. Конечно, пандемия 2020 года обострила социально-культурные и национальные противоречия в Америке, активизировав движение «Жизни черных имеют значение» (Black lives matter). Кстати, в современных СМИ и СМК это движение, равно как и процессы американского культурного противостояния, аттестовали как «черный расизм», заключающийся в том, что «через кино, музыку, искусство, образование у белых развивается “комплекс вины”»<sup>23</sup>.

Кстати, специфическое выражение это противостояние нашло в инаугурационной речи Джо Байдена, который, по сути, свою победу на выборах связал с поддержкой афроамериканцев. «И особенно в те моменты, когда кампания была в низшей точке, – сказал он, – афроамериканское сообщество снова заступилось за меня. Они всегда поддерживают меня, а я – их. Я с самого начала говорил, что хочу, чтобы наша кампания представляла всю Америку, и я думаю, что нам это удалось»<sup>24</sup>. Общий пафос речи таков, что вновь избранный президент, клятвенно обещающий восстановить попорченную целостность Америки, подобострастно обращается в первую очередь к чернокожему электорату. Несомненно, налицо внутривнутриполитические проблемы США.

Причины противостояния белых и темнокожих американцев коренятся в культурном архетипе США, становление государственности которых шло в контексте ценностей и идеалов Просвещения, с одной стороны, и институтом рабства – с другой. Это противостояние в числе прочих причин привело к возникновению движения аболиционистов, к гражданской войне Севера и Юга в прошлом, а в настоящем – к обострению межэтнических отношений в катастрофической ситуации пандемии. Однако это противостояние ни в коем случае не должно умалять значимость исторического опыта Америки, сумевшей создать уникальную модель мультикультурного государства.

Сущность этой модели в 1958 году великолепно выразил президент Дж. Кеннеди, назвав американцев «нацией иммигрантов»<sup>25</sup>. Именно в этом он увидел могущество США, так как представители «нации иммигрантов» приезжают в Америку со своими национальными традициями и надеждой на лучшее будущее в США и, реализуя свои грандиозные планы, становятся американцами. Более образно о мультикультурной модели США сказал Б. Обама в своей инаугурационной речи в 2009 году: «Наша сила в нашем сшитом из лоскутов наследии, сила, но не слабость. Мы нация христиан и мусульман, евреев и индусов, а также неверующих. Мы это спектр всех языков и культур, привнесенных со всех концов земли»<sup>26</sup>.

Итак, США успешно соединили людей различных рас и национальностей в одной культуре. Они избежали разъединения многонационального общества потому, что их целью было не сохранение старых национальных культур, а создание новой американской культуры, новой национальной самобытности. Кстати, в американских паспортах отсутствует графа, указывающая на национальность. Тем не менее, парадоксально, но факт: именно в ситуации, по меткому замечанию А. Шлезингера, «рассоединения Америки»<sup>27</sup>, когда мы видим в ней представителей различных народов, сохраняющих признаки национальной идентичности англичан, шведов, французов, датчан и др., – возникает феномен американской нации. Однако идентифицируется американская нация, мультикультурная по своей сути, отнюдь не по этническому признаку.

В основе национальной идентификации американцев лежит географический аспект, неразрывно связанной с социокультурным мифом об Америке. Иначе говоря, национальная самоидентификация американцев связана с осознанием их сопричастности к Новому Свету и Америке как воплощению земли обетованной и страны исключительных возможностей. Представление об Америке как стране исключительных возможностей связано с протестантской этикой авантюристов-индивидуалистов, стоявших у истоков создания США.

Несмотря на множество попыток освоения земель Нового Света представителями других наций, именно английским пуританам удалось закрепиться на их территории. Поэтому на протяжении почти четырех веков именно культура английских протестантов была основополагающим компонентом американской самоидентификации. Как верно заметил А. Шлезингер, «язык новой нации, ее законы, институты, политические идеи, литература, обычаи, ее представления и молитвы преимущественно произошли из Британии». Но именно протестантской Британии.

В рамках протестантизма происходит сакрализация буржуазных отношений и предпринимательской этики, ибо к получившим спасение в загробной жизни начинают причисляться только те, кто преуспел в своем бизнесе. Пуританская этика превозносит в человеке такие качества, как активность, инициативность, предприимчивость, прагматичность. Именно в рамках протестантской этики формируется культура героя-одиночки – индивидуалиста, способного исключительно своими собственными силами добиваться конкретно поставленных жизненных целей. Американцы такого человека называют «self-made-man», что означает: «человек, который сделал себя сам».

Итак, благодаря пуританской этике структурообразующим началом американской культуры стал индивидуализм, понимаемый, с одной стороны, как превознесение значимости интересов отдельной личности, с другой – как культивирование поведенческой модели человека, способного исключительно благодаря собственным усилиям преуспеть в жизни. Волонтаризм такого героя-одиночки ограничивается не только внутренними нравственными принципами, но, в первую очередь, правовыми нормами и законами государства.

Социокультурный миф об Америке как стране исключительных возможностей упрочивал свои позиции благодаря экономическим, политическим и культурным успехам страны. Так, накануне Первой мировой войны США стали лидером в экономическом развитии, сменив доминировавших до этого Германию, Францию, Великобританию. Идея американской исключительности обрела статус геополитической доктрины в августе 1945 года – момент атомных бомбардировок Хиросимы и Нагасаки на завершающем этапе Второй мировой войны. Тогда не только было продемонстрировано могущество Америки, но и было положено начало Холодной войне и противостоянию США и всему социалистическому миру, но прежде всего – СССР. Наконец, немаловажную роль США сыграли в крушении социалистических стран.

Конечно, миф об исключительности Америки, старательно поддерживаемый американскими СМИ и СМК, многократно использовался политиками в речах их предвыборных кампаний. Тому подтверждение – предвыборная речь Б. Клинтона, в которой он назвал Америку 1990-х годов «страной осуществленной мечты» и «государством, в которой производительный труд породил наиболее развитый и рациональный досуг»<sup>28</sup>.

## 2.2 Массовая культура как основа американской индустрии досуга

Оставив за скобками предвыборный пафос данных утверждений, отметим тот факт, что в США уже в конце XX века существовала мощная индустрия досуга. При этом, согласно данным социологического опроса, проводимого японским Центром развития досуга, уже в 1995 году 43,7% американцев полагали, что досуг и работа одинаково важны в жизни человека, а 20,8% американцев вообще отдавали предпочтение досугу<sup>29</sup>.

Действительно, в США конца XX века, в условиях постиндустриального общества, обусловленного стремительным развитием новых технологий автоматизации и информатизации, происходит интенсивное высвобождение свободного времени и, как следствие этого, постоянное улучшение качества организации сферы досуга и отдыха, формирование и развитие межотраслевых рекреационных комплексов. Однако все многообразие индивидуальных форм американского досугового времяпрепровождения базируется на модели массовой культуры, наиболее адекватно отражающей специфику американской ментальности.

В связи с этим можно утверждать, что массовая культура в той форме глобальной ретрансляции, в которой она существует на настоящий момент, порождена Америкой. Именно США являются главными импортерами массовой культуры в другие государства. Популярность массовой культуры в современном мире и, прежде всего, в США объясняется ее интеллектуальной и финансовой доступностью, демократичностью, развлекательностью.

Для американского общества, построенного на принципах демократии и равных возможностей для всех, актуальность массовой культуры базируется, во-первых, на ценовой доступности; во-вторых, на интеллектуальной доступности; в-третьих, на примате развлекательности как выражении отсутствия национально-этнических, религиозных идей. Именно последняя характеристика массовой культуры снижает степень ее отторжения представителями разных культур в условиях мультикультурности.

Ценовую доступность социокультурных услуг в США можно проследить на примере соотношения средней цены на билеты в кинотеатры и заработной платы американцев. Так, чтобы посмотреть фильм в одном из кинотеатров Нью-Йорка зрителю придется заплатить в среднем \$20 при зарплате у самых низкооплачиваемых американцев – грузчиков, уборщиц от \$1600–2000 в месяц. Для сравнения: к высокооплачиваемым профессиям в Америке относятся специальности программиста,

врача, с зарплатой от \$12500 в месяц<sup>30</sup>. В США дешевы занятия фитнесом. Здесь очень много фитнес-клубов, которые конкурируют друг с другом. Самые известные из них – это сетевые спортклубы «24 Hour Fitness», «La Fitness», «Bally Total Fitness», «Lifetimefitness». Средняя стоимость абонемента составляет \$38 долларов в месяц. Однако существует множество акций; например, при условии, если клиент три года посещает «Bally Total Fitness», то «до конца жизни платит \$5 в месяц»<sup>31</sup>.

Интеллектуальная доступность массовой культуры обусловлена ее ориентацией на представителей «общества потребления», что порождает ее рекреативный характер. Поэтому представлена массовая культура развлекательными жанрами искусства: в литературе это любовные романы, фэнтези и детективы, в театре – мюзиклы, на ТВ – сериалы и ток-шоу. Кроме апелляции к общечеловеческим ценностям, массовая культура ретранслирует ценности, шаблоны и стереотипы «общества потребления». Именно в этом последнем заключается уникальная способность американской нации «адаптировать» этнические и национальные ценности под модель массовой культуры. Поэтому в постиндустриальных государствах, как правило, в настоящий момент существуют две культуры: аутентичная и массовая, ретранслируемая из США. Она представлена кино- и телеиндустрией, видами спорта, контентом и технологиями повсеместно распространенных социальных сетей американского происхождения – таких, как Twitter, Facebook, Instagram. Массовая культура имеет свое семиотическое пространство, создаваемое при помощи новых информационно-коммуникативных технологий, которые ускоряют процессы культурного обмена, стирают национальные границы, адаптируют и транслируют ценности элитарного искусства и высокой культуры, переводят досуг в континуум виртуальной и дополненной реальности интернета. Однако все эти процессы обусловлены реаррационно-развлекательной и коммерческой сущностью массовой культуры, которая определяет специфику модели организации досуга в США.

М.Э. Вильчинская-Бутенко характеризует особенности американской модели социально-культурной деятельности через три образующие ее структуру процесса: «тенденции индивидуализации досуга», «тенденции дифференцированного досугового обслуживания различных социальных групп американского общества» и «тенденции выделения магистральных направлений досуговой деятельности»<sup>32</sup>. В целом, это универсальные тенденции, отражающие процессы становления западной индустрии досуга в XX веке. Однако именно в Америке в начале XX века происходит стремительная индустриализация страны и развитие массовой культуры, вследствие этого – оформляются сущностные черты

общества потребления. Поэтому имеет смысл утверждать, что Америка первой в мире переживает процессы становления индустрии досуга. Охарактеризуем данные процессы подробнее.

Первые опыты организации досуга в США случились в XIX веке и были связаны с созданием общественных клубов помощи бедным, которые постепенно становились центрами воспитания и проведения свободного времени представителями различных сословий американского общества<sup>33</sup>.

В связи с развитием индустрии и появлением класса квалифицированных рабочих, а также в связи с повышением уровня доходов и увеличением количества свободного времени, в Америке конца XIX века появляются коммерческие формы организации досуга. В их числе карусели, игровые аттракционы, чрезвычайно популярный цирк-шапито. Кроме того, неотъемлемой частью городской культуры становится организованный властями общественный досуг, выражающийся в периодическом проведении различных развлекательных программ. К 1900 году у американского истеблишмента популярность получает концепция «парки для народа», которая постепенно обретает общенациональный характер. В итоге муниципалитеты в своих городах организуют такие парки. Обязательным элементом «парков для народа» становятся зоны для занятий спортом, площадки для выступлений, клубы театрального и танцевального искусства. Кроме этого, каждый муниципалитет регулярно организует общественные программы культурно-досуговой деятельности.

Кардинальные изменения в организации культурно-досуговой деятельности произойдут в США в 1920-е годы вследствие двух причин. Во-первых, под влиянием желания американских граждан индивидуально удовлетворять свои досуговые потребности. Во-вторых, благодаря научно-техническому прогрессу, ускорившему развитие кинематографа как воплощения сущности массовой культуры.

Несмотря на то, что кинематограф возник в Европе, именно в Америке ему было суждено развиваться, обрести мировую славу и, главное, стать коммерчески выгодным предприятием. Так, первым кассовым хитом стала картина «Великое ограбление поезда», снятая режиссером Портером в 1903 году. В ней был использован монтаж, панорамирование камеры и обратной проекции, что создало иллюзию реалистичности и непрерывности развития действия, а в итоге создало возможность задерживать внимание зрителей на достаточно длительное время. В связи с этим, инвесторы, осознавшие коммерческую выгодность кинопроизводства, стали открывать кинотеатры по всей Америке. Первым из них был «Никелдеон», открытый в Питтсбурге в 1905 году. Он был попу-

лярен среди рабочих того времени в силу своей дешевизны, так как билет на просмотр картины стоил пять центов. Подобные залы для просмотра кинофильмов открывались и в Европе, но Первая мировая война способствовала тому, что безусловным лидером в кинопроизводстве стали США.

В Америке первоначальным центром киноиндустрии был Нью-Йорк, но к 1915 году, первоначально из-за хороших условий для натуральных съемок, более 60% американского кинопроизводства сосредоточилось на «фабрике грез» в Голливуде. В начале 1920-х гг. в Голливуде базировались восемь киностудий, пять из которых (Fox, Loew-MGM, Paramount, RCA, Warner Brothers) имели собственные сети кинотеатров, а три (Universal Pictures, Columbia Pictures, United Artists) своих кинотеатров не имели.

Кинотеатры 1920-х годов существенно отличались от мест для показа картин, использовавших на заре возникновения кинематографа. Дело в том, что изменилась целевая аудитория кинематографа. И если в 1910-е годы кинотеатры – излюбленное, отличающееся непритязательностью и дешевизной место проведения досуга рабочими, то на излете 1920-х гг., наряду с ними, появляются «дворцы мечты» для среднего класса, украшенные мрамором, хрусталем и позолотой. В результате, благодаря смене технологий создания фильмов происходит смена целевой аудитории, которая способствует усилению инвестиций и созданию регулярной студийной системы производства фильмов.

Так возникает киноиндустрия, прорывом в развитии которой стал 1925 год, когда маленькая голливудская студия Уорнер Бразерс приобрела у Western Electric права на звукозаписывающую технологию Vitaphone. Владельцы студии намеревались получить краткосрочную прибыль, однако, благодаря новой технологии, не только утвердились в качестве основного кинопроизводителя в Голливуде, но и изменили ход развития киноиндустрии. Первоначально технология Vitaphone использовалась для записи оркестрового сопровождения немых фильмов, увеличивая их конкурентоспособность за счет проката в небольших кинотеатрах, в которых отсутствовала оркестровая яма. Так, в 1926 году студия Уорнер Бразерс дебютировала с немым фильмом «Дон Жуан», сопровождаемым записью Нью-Йоркского филармонического оркестра. Так как данный проект был успешен, к 1927 году Уорнер Бразерс открыла более 150 кинотеатров в США и выпустили первый звуковой фильм «Певец джаза», знаменовавший победу звукового кино над немым, ставшим к 1930 году историей кинематографа.

Американская киноиндустрия, будучи символическим воплощением массовой культуры, через формирование целевых потребитель-

ских аудиторий отразила процессы индивидуализации досуга. На последнее обратили внимание американские социологи Роберт и Хелен Линд, отметив, что американский образ жизни в 1920-е годы существенно изменился. Так, коллективные формы досуга были вытеснены индивидуальными, преимущественно пассивными, досуговыми формами, среди которых приоритетными в 1920-е годы у американцев стали прослушивание радиопостановок и посещение кинотеатров. В частности, социологи Р. и Х. Линд, проводя исследования на базе «среднестатистического города», выявили, что 50% его жителей посещают кинотеатр более двух раз в неделю; 70% делают это еженедельно, причем подростки, 80% юношей и 70% девушек предпочитают ходить в кино без родителей<sup>34</sup>. Итак, очевидно, что тенденция индивидуализации досуга была связана с развитием киноиндустрии, формирующей целевые аудитории зрителей, потребляющих культурный продукт. В итоге посещение кинотеатров как реализация индивидуальной потребности в досуге, стало вытеснять коллективные формы досуга, в числе которых было семейное чтение, загородные прогулки и пикники.

В США процессы индивидуализации досуга связаны с процессами социальной дифференциации в организации культурно-досуговой деятельности, осуществляемой на уровне социокультурных институтов и государственной власти. Первоначально, в 1910–1920-е гг. в числе приоритетных государственных задач находилась организация досуга детей и военных. Но при этом не следует забывать, что культурно-досуговая деятельность в США всегда носила коммерческий характер. Так, в начале 1920-х годов в Америке работали коммерческие аттракционы, круглогодично функционировали развлекательные центры в Лос-Анджелесе, Бостоне. А в 1931 году на территории штата Невада был легализован игорный бизнес и возник Лас Вегас как город-символ азарта.

Тем не менее, организация детского досуга всегда играла значительную роль в социально-культурной деятельности США, как и проблема управления досугом темнокожего населения Америки. Как показал Б.А. Титов, еще в 1919 году основывались «частные и добровольные ассоциации массовых развлечений» афроамериканцев<sup>35</sup>. Но создание этих организаций носило на тот момент эпизодический характер, возникало благодаря частной инициативе.

Детский досуг в Америке первоначально организовывался с помощью церкви, под патронажем которой в начале XX века возникли бесплатные школы. При школах создавались игровые детские площадки, работающие только в будние дни. С целью «занять» детей в каникулярное время, а также для активации процессов социализации, в США, начиная с 1910-х гг., стали создаваться детские лагеря и возникло

движение скаутов. Социальная значимость скаутского движения заключалась не только в формировании гармонично развитой личности ребенка, но и в реализации специальных программ для социально обездоленных детей и детей с отклонениями в физическом и умственном развитии. Как показала И.А. Новикова, создание детских лагерей положило начало развитию туристическому движению в Америке<sup>36</sup>.

В 1920-е гг. в США появились новые формы организации детского досуга – общественные центры, которые, активно взаимодействуя со школами, представляли собой комплексные учреждения культуры, объединившие работу библиотеки, музея, кинозала, лектория, танцевального клуба и различного рода кружков любительского творчества детей. В 1930-е годы в дополнение к деятельности общественных центров появляются парковые школы, объединившие в себе функциональные обязанности парков и школ. Они являлись не только местом социализации и аккультурации детей, но и, в силу того, что использовались как зона массовой рекреации, выполняли развлекательно-оздоровительные функции. Во многом развитие парковых школ было обусловлено событиями массовой безработицы и Великой депрессии, которая в целом пагубно отразилась на индустрии досуга. Однако правительство Рузвельта, руководствуясь лозунгом «любая работа лучше, чем ее отсутствие», активно внедряет социальные программы, обеспечивающие занятость рабочих мест через развитие досуговой сферы.

Наряду с детским досугом, в США большое внимание уделялось организации досуга офицеров и солдат. Так, с 1917 года на базе военных подразделений стали реализовываться общественно-спортивные программы для солдат и матросов. После Первой мировой войны был открыт Центр восстановления инвалидов в Сан-Франциско, сочетавший в своей деятельности образовательную и рекреационно-оздоровительную направленности.

В годы Второй мировой войны более двадцати тысяч офицеров отдела специального обслуживания, а также добровольцев из Армии спасения, католической общины и других волонтерских структур организовывали досуг военнослужащих и рабочих оборонной промышленности. При этом перечень досуговых услуг расширялся благодаря внедрению новых форм культурно-досуговой деятельности. Например, в 1944 году в Нью-Йорке Музей современного искусства и Центр искусств ветеранов войны провели совместную лечебную программу арт-терапии для социально-психологической реабилитации воинов-инвалидов.

Однако в 1950-е годы, благодаря экономическому процветанию страны и значительному расширению государственного сектора в его

финансировании, в США происходит подлинный расцвет культурно-досуговой деятельности. Отметим досуговые тенденции этого периода.

Во-первых, благодаря массовому развитию телевидения оформляется комплекс ценностей общества потребления, и красивая добротная организация досуга становится неотъемлемой частью американского образа жизни. Радио- и телереклама создает и продвигает бренды и тренды, которые начинают определять эстетические и вкусовые предпочтения американцев. Подобная ситуация представлена, например, в пародийном ключе в комедии «Мы не женаты», выпущенной 20th Century Studios в 1952 году.

Во-вторых, благодаря увеличению государственного сектора в финансировании социально-культурной деятельности, происходит расширение социального спектра досуговых программ, в которых стали учитывать интересы различных социальных групп – молодежи, пожилых людей, инвалидов, ветеранов войны и безработных.

В-третьих, так как проведенное в 1954 году масштабное медицинское обследование выявило низкий по сравнению с английскими ровесниками, уровень физического развития американской молодежи, государство начинает пропагандировать идею здорового развития нации, и приоритетным становится активный досуг, включающий туризм и различные виды спорта.

В-четвертых, проблемы управления досугом обретают международный характер; организаторы досуга активно ездят за границу с целью повышения своей квалификации и обмена опытом. В итоге в 1952 году была создана Всемирная ассоциация досуга, которая провела своей первый конгресс в Филадельфии. Всемирная неправительственная ассоциация досуга активно функционирует по сегодняшний день; имеет свой сайт ([www.worldleisure.org](http://www.worldleisure.org)), наглядно представляющий ее работу, проявляющуюся в организации конгрессов, фестивалей, игр, учебных туров, мастер-классов. Ассоциация имеет свой журнал «WL», присуждает гранты за развитие «стратегических приоритетов» в социокультурной сфере и предоставляет сайт для «глобальных дебатов» по проблемам досуговой деятельности. В настоящий момент основной проблемой является поиск путей выхода из кризисной ситуации, порожденной пандемией коронавирусной инфекции. Но вернемся к истории рекреационной сферы США.

В 1960-е годы в Америке начинает интенсивно формироваться индустрия досуга, что было обусловлено взаимодействием четырех факторов.

**Первый фактор** состоит в увеличении бюджета свободного времени и его концентрации в праздничные, выходные и отпускные дни.

Эти процессы, наряду с ценностями общества потребления, породили в американском самосознании отношение к досугу как к стилю жизни, что увеличило спрос населения на услуги в сфере досуга. В связи с этим необходимо заметить, что начавшаяся с 1954 года правительственная пропаганда активного образа жизни обусловила бурное развитие предприятий, предоставлявших возможности для самостоятельных занятий спортом. В итоге в 1960-е годы в США ведется активное строительство игровых площадок, спортивных залов, бассейнов и т.п. Среди американцев массовую популярность получают игры в боулинг, теннис, бильярд, гольф. Этому способствуют низкая входная плата в спортивные клубы, а также простота и доступность спортивного инвентаря и одежды для данных видов спорта. Развитие форм активного досуга привело к ослаблению интереса американцев к зрелищно-развлекательному отдыху. В итоге в США значительно сократилось количество спортивно-зрелищных и развлекательных учреждений – таких, как спортивные клубы, зоопарки, цирки, парки и т.п. С другой стороны, владельцы парков аттракционов активизировали поиск форм привлечения новых клиентов. Вследствие этого, при общем сокращении числа парков и аттракционов, стало возрастать количество тематических парков отдыха – таких, как «Диснейленд» во Флориде, «Волшебная гора» в Калифорнии, «Лайон кантри сафари» в Техасе и др.

**Второй фактор** связан с событиями «сексуальной революции», проходившей как грандиозная атака послевоенного поколения «бэби-бумеров» на традиционные ценности американского общества. «Бэби-бумеров» направляла «культурная элита», которая, в свою очередь, «контролировалась левыми либералами в Нью-Йорке и Калифорнии». Как следствие, в Америке 1960-х годов «секс из сакральной темы превратился в объект потребления». Кроме того, «сексуальная свобода подорвала традиционное понятие семьи, породило гей-культуру и феминистское движение»<sup>37</sup>. Последствия сексуальной революции проявились в увеличении количества беспорядочных половых связей, в возведении нетрадиционных сексуальных отношений в разряд нормы; в росте венерических заболеваний и др. Но, несмотря на большое количество отрицательных последствий, сексуальная революция имели и положительные итоги. Так, одним из ее долгосрочных результатов явилось признание государственной властью значимости организации молодежной политики для развития страны. В итоге, с конца 1960-х годов культурная политика в США стала частью стратегии социального развития страны. Возникло понимание значимости развития социокультурной среды, а также эффективности организации молодежного труда и досуга для стратегического планирования развития страны. В свете этих изменений

молодежные программы стали восприниматься как инвестиции государства в будущее Америки.

**Третий фактор** заключается в научно-техническом прогрессе, обусловившем усложнение материально-технической базы сферы досуга. В частности, в середине 1960-х годов доступность автомобиля сделала популярным автомобильный отдых и привела к появлению трейлерных парков, кемпингов и спортивно-рекреационных лагерей. Вместе с тем, из-за моды на загородные виды отдыха, то есть, по сути, на внутренний туризм, многие семьи брали в аренду или покупали пикапы, грузовые кэмперы, дома-прицепы.

В то же время, несмотря на значимость для досуговой сферы американцев учреждений культуры – танцевальных школ, студий живописи, хоровых студий, театральных и музыкальных коллективов, только киноиндустрия, порожденная научно-техническим прогрессом, играла главную роль в организации американского досуга, становясь крупнейшей отраслью американской экономики. В данной отрасли лидировали XX Century Fox, Metro-Goldwin-Meyer, Columbia Pictures, Warner Brothers, Universal, которые поделили сегменты американского кинорынка, заложив основы мировой индустрии досуга.

**Четвертый фактор** представлен процессами интеграции рекреационных сегментов рынка за счет диверсификации деятельности крупных фирм и франчайзинга малого и среднего бизнеса. Данный фактор был обусловлен тем, что трансформации в американской индустрии досуга, начиная с момента ее возникновения в 1960-е годы и по сегодняшний день, носят динамичный характер. Поэтому компании, специализирующиеся на производстве услуг и товаров сферы досуга, вынуждены маневрировать в своем существовании с целью повышения эффективности производства и получения экономической выгоды.

Диверсификация отражает процессы переориентации рынков сбыта посредством расширения ассортимента выпускаемой продукции. Диверсификация характерна в первую очередь для крупных компаний. Например, основанная в 1950-е годы, специализирующаяся на гостиничном бизнесе компания Holidays Inns в 1970-е годы владела другим формами бизнеса, среди которых были мебельные фабрики, предприятия общепита, парки отдыха и т.п. Наглядно проявилась диверсификация в американском кинобизнесе, владельцы которого успешно сочетали деятельность по созданию и прокату фильмов с работой на телевидении и продажей радио-, теле-, музыкальной аппаратуры.

Франчайзинг представляет собой вид взаимодействия рыночных субъектов, при котором франчайзер (как правило, крупная фирма) за определенную плату передает франчайзи (небольшой фирме) право на

определенный вид предпринимательской деятельности с использованием разработанных им бренда, сырья и технологий. Успех системы франчайзинга в американской индустрии досуга был обусловлен сочетанием финансовой и технической мощи крупной фирмы с гибкостью и маневренностью мелкого предприятия.

Итак, через взаимодействие **франчайзинга** и **диверсификации**, в США сложились **межотраслевые рекреационные комплексы (МРК)**, ставшие **основой активно экспортировавшейся индустрии досуга и развлечений**.

### **2.3 Межотраслевые рекреационные комплексы и приоритетные направления развития сферы досуга в США**

Постепенно в обслуживание сферы досуга были вовлечены многочисленные отрасли американской экономики, что к 1980-м годам отразило развитие межотраслевых рекреационных комплексов по трем ведущим направлениям – туристскому, спортивному и медийному. Охарактеризуем их подробнее.

**Туристский МРК** получил развитие в США в 1970-е годы, в связи с популярностью форм активного досуга, проводимого на открытом воздухе в выходные, праздничные и отпускные дни и положившего начало развитию внутреннего туризма. Среди американских социологов даже существует традиция рассматривать туризм как воплощение сущности американской нации<sup>38</sup>.

Туристический МРК существует в США за счет наибольшей интеграции рекреационных и нерекреационных отраслей экономики. Нерекреационными отраслями экономики называют те, которые, по роду своей деятельности, участвуют в обслуживании туристов, – это транспорт, кредитно-финансовые учреждения и т.п. В числе рекреационных отраслей экономики можно назвать бюро путешествий, гостиничные предприятия (отели, мотели, лагеря, туристические базы, курортные комплексы и т.п.), специализированные базы отдыха, спорта и развлечений (пляжи, ТРК, игровые центры, аттракционы, развлекательно-тематические парки, учреждения культуры (музеи, театры), культурно-бытовые центры досуга и развлечений (рестораны, бары, ночные клубы) и проч. т.п. В США развит как внутренний, так и международный туризм: страну ежегодно посещает свыше 25 млн. туристов.

Внутренний туризм осуществляется как с целью отдыха (82%), так и с деловыми целями (12%), причем исторические места посещает только 8% американцев, а музеи – 2%. Американцы предпочитают путеше-

ствовать в отпускные и выходные дни, занимаясь шопингом и отдыхом на природе.

Специфика развития международного туризма обусловлена тем, что территории США различаются по составу ресурсов, и это удовлетворяет различные вкусовые предпочтения туристов. Так, на индустриальном востоке туристов привлекают культурно-исторические памятники, а на западе, где наличествуют естественные рекреационные ресурсы – природные комплексы и горный пояс Кордильер, – национальные парки, в числе которых наибольший по площади Йеллоустонский парк и Йосемитский парк, на территории которого представлено свыше 10 тысяч гейзеров. Значимыми рекреационными районами Америки являются побережье Калифорнии и территория Аляски. В центре США, в штате Арканзас, расположены бальнеологические курорты, а крупные международные курорты находятся на побережьях Тихого и Атлантического океана. Территория США располагается в шести часовых поясах, и поэтому данная страна имеет различные природно-климатические зоны и типы ландшафтов, что обуславливает многообразие видов туризма, среди которых представлены горнолыжный, пляжный, экологический, культурно-познавательный (в Америке находится свыше 50 тысяч объектов, имеющих историческую ценность), деловой (развит преимущественно в Вашингтоне), событийный (связан с фестивалями). Так, в различных штатах США весьма популярны тематические фестивали: в штате Невада с 1985 года любителями фольклора проводится фестиваль ковбойской поэзии. В Сент-Поле, столице штата Миннесота, 17 дней длится ледяное веселье, включающее не только карнавал, но и экспонирование в центральных парках города снежных и ледяных скульптур. В Вашингтоне ежегодно проходят джаз-фестивали, а в Индианаполисе проводится Indy 500 – гонка на автомобилях с открытыми колесами, являющаяся престижнейшим автомобильным соревнованием в мире.

Итак, развитию туризма в США способствовали ряд факторов: во-первых, разнообразие природных условий и наличие огромного рекреационного земельного фонда; во-вторых, постоянное обновление и расширение услуг гостиничного сервиса (на территории края насчитывается свыше 3,6 млн. гостиниц); в-третьих, расширение ассортимента и гибкая ценовая политика, применяемая на товары для туристов.

**Спортивно-рекреационный МРК** сложился в США к 1960-м годам благодаря двум факторам. Во-первых, благодаря проводимой государством пропаганде здорового образа жизни; во-вторых, вследствие изменений характера труда, вызванных сокращением физического труда при увеличении нервных нагрузок. Несомненно, традиции спортивного досуга имеют в Америке давнюю историю. Так, бейсбол распростра-

нился в 1850-е годы, футбол и теннис обрели популярность в 1870-е годы, а баскетбол – в 1890-е годы. Однако именно в конце 1960-х годов в США возрастает потребительский спрос на активное проведение досуга, в связи с этим получают развитие три сектора спортивно-рекреационного МРК – такие, как спортивно-рекреационные товары, учреждения любительского спорта и учреждения профессионального спорта.

Учреждения любительского спорта положили начало развитию фитнес-индустрии. Объем рынка в американской фитнес-индустрии к 2019 году «превысил 35 млрд. долларов», показав прирост за десятилетие «более, чем на 37%». При этом США являются мировыми лидерами по числу клубов и по количеству тренирующихся людей. Так, в 2019 году в Америке насчитывалось свыше 40 тыс. клубов и было 62 млн. тренирующихся (для сравнения: в России в 2018 году существовало около 3300 клубов и фитнес-центров)<sup>39</sup>. Несомненно, пандемия коронавирусной инфекции внесла свои он-лайн коррективы в развитие фитнеса, но на настоящий момент в США по-прежнему имеют самую развитую и доступную индустрию услуг фитнеса.

**Медийный МРК** объединяет радио, кинематограф, телевидение, интернет, социальные сети и естественно, способы и формы производства и ретрансляции аудио- и видеозаписей. Несомненно, применительно к индустрии досуга в этом перечне первостепенное значение имеет кинематограф, кульминация развития которого приходится на 1960-е годы. Однако в 1970-е годы он уступил первенство телевидению. Развитие кабельного телевидения и видеопроката в 1970–1980-е годы не только обусловило резкое сокращение продукции киноиндустрии, но и способствовало стремительной дифференциации целевых аудиторий теле- и видеопродукции.

В 1970–1990-е годы для преодоления кризиса американские киномонополии использовали множество манипуляций, касающихся как содержания фильмов, так и формы их проката. Что касается содержания, то проводились эксперименты с различными жанрами – от производства дорогостоящих боевиков и фильмов исторической тематики до более бюджетных мелодрам и документальных кинолент. Моменты, носившие сугубо технический характер, были не менее разнообразны. К ним относятся, во-первых, увеличение количества фильмов в прокате как способ увеличить доход за счет разнообразия кинопродукции; во-вторых, гибкая ценовая политика; в-третьих, использование географического фактора – такого, как строительство кинотеатров в зонах скопления туристов (в США до трети кинотеатров построено в пяти штатах – Нью-Йорке, Огайо, Флориде, Техасе и Калифорнии); в-четвертых,

создание новых типов кинотеатров (на воздухе, в торговых центрах, миникинотеатры и многозальные кинотеатры). Ситуация в киноиндустрии существенно изменилась с появлением интернета как системы глобальных коммуникаций, в рождении и развитии которого Америка играла главную роль.

Подлинный подъем интернет-индустрия переживает в 2000-е годы, с внедрением новых сетевых технологий, превративших пользователя из пассивного потребителя информации в активного создателя сетевого контента. Это знаменует собой наступление эпохи Web 2.0., визитными карточками которой стали первые социальные сети (LinkedIn – 2003, Facebook – 2004, Twitter – 2006) и принцип wiki, заключавшийся в создании страниц, открытых для редактирования всеми пользователями интернета. В 2007 году, с началом производства смартфонов, численность пользователей интернета стала неуклонно увеличиваться. Так, если в 2001 году интернет был доступен только для 6% населения Земли, то в 2020 году этот показатель увеличился до 59,5%<sup>40</sup>. Причем «лидерство США в создании и освоении интернет-технологий позволило американским компаниям захватить лидирующие позиции на глобальном рынке». В связи с этим необходимо отметить такие корпорации, как Apple, Google, Facebook и Microsoft<sup>41</sup>.

В связи с процессами тотальной диджитализации интернет стал медийной площадкой, во-первых, для реализации технологий виртуальной, дополненной и смешанной реальности (Virtual, Augmented и Mixed Reality) как инструментов организации досуга дистанционно и с эффектом погружения; во-вторых, для организации хостинговых и стриминговых видеосервисов.

Видеохостинг – это веб-сервис, обеспечивающий возможность загружать и просматривать в браузере контент пользователя. В 2021 году рейтинг лучших американских бесплатных хостингов возглавили четыре сервиса – YouTube, MetaCafe, Flickr и Facebook<sup>42</sup>. Видеостриминг – это платформа для медиаиздания и распространения видеоконтента, на которой через подписку, на платной основе, происходит потоковая трансляция различных событий в режиме реального времени. Другими словами, если видеохостинг представляет собой современный аналог проигрывателя и магнитофона, то видеостриминг можно сравнить с виртуальным кинотеатром, предоставляющим широкий спектр возможностей в выборе контента. В США, начиная с середины 2018 года, операторы спутникового и кабельного телевидения теряют более миллиона подписчиков в квартал. Обусловлен этот процесс в первую очередь интенсивным развитием услуг, предоставляемых видеостриминговыми ком-

паниями, возникшими, в большинстве своем, во второй половине 2019 года. Таковы сервисы Disney+, AppleTV+, HBO Max и Peacock.

Но безусловным лидером среди видеостриминговых компаний является Netflix. Она начала свою деятельность в 1997 году как первый интернет-магазин проката DVD, а в 2013 году стала производить собственный контент, включающий фильмы, сериалы, телепрограммы. В январе 2021 года Netflix имела 203,7 млн. подписчиков по всему миру, при этом компания потратила 11,8 млрд. долларов на создание контента в 2020 году<sup>43</sup>. Компания Netflix осталась безусловным лидером на рынке видеостриминговых услуг в период пандемии коронавируса. Это было обусловлено ее «обширной библиотекой фильмов и сериалов и продолжающимся выходом оригинального контента, тогда как многие его конкуренты столкнулись с задержками, связанными с пандемией». В марте 2021 года Netflix удерживает лидирующие позиции по отношению к большинству конкурентов, так как, по данным исследовательской компании Parks Associates, «сервисом на текущий момент пользуются около 60% американских домохозяйств». Более того, эксперты предполагают, что число подписчиков крупнейших стриминговых платформ США вырастет в 2021 году на 50%<sup>44</sup>, и это уже не региональное, а всемирное распространение американской киноиндустрии. Как видим, интернет стал платформой для глобального продвижения американской кинопродукции и индустрии досуга.

Таким образом, специфика модели организации досуга в США состоит в том, что она изначально носит коммерческий характер и базируется на массовой культуре и ценностях общества потребления. Через взаимодействие франчайзинга и диверсификации как инструментов поиска устойчивой модели развития сферы досуговых услуг, в США сложились три ведущих межотраслевых рекреационных комплекса (МРК) – туристский, спортивный и медийный, ставшие основой активно экспортировавшейся из США на весь мир индустрии досуга и развлечений.

## **ТЕМА 3. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ**

---

### **3.1 Единство в многообразии как особенность социокультурной и национальной идентичности европейцев**

7 февраля 1992 года был образован Европейский Союз. Он явился международной организацией, отразившей процессы региональной интеграции через объединение европейских стран. Несомненно, основные причины возникновения ЕС связаны с феноменом глобализации и носят экономический и политический характер. Однако не нужно забывать о существовании глубинных историко-культурных причин, обусловивших его возникновение.

Эти причины заключаются в том, что Европа предстает как регион, население которого, в силу общности социально-экономического развития и длительности исторического взаимодействия и взаимовлияния, имеет схожие культурно-бытовые особенности. Данные особенности проявляются как в материальной, так и в духовной культуре – в частности, в мифологии и ритуалах, в обычаях и обрядах, в фольклоре и формах проведения досуга.

В свете этого причины формирования ЕС связаны со спецификой культурного архетипа Европы, базировавшегося, по меньшей мере, на пяти базовых структурах, определивших вектор развития европейской цивилизации.

Во-первых, в архаический период существования европейская цивилизация основывается на общей индоевропейской культурно-языковой основе.

Во-вторых, в V–XIII вв., в период средневековья, роль подобной основы выполняют как языки романо-германской группы, так и «священная латынь», а также духовно-интеллектуальные ценности христианства.

В-третьих, на территории Европы издревле проживали представители только одной расы, и это свидетельствует о том, что европейская культура не знала расовых барьеров.

В-четвертых, на территории сельскохозяйственной Европы доминировали пашенное земледелие и скотоводство, которые в совокупности представляют собой общий хозяйственно-культурный тип, повлиявший не только на формирование ремесел, но и на становление культурно-бытовых традиций и праздников.

В-пятых, становление национальной самобытности европейских культур проходило в XIV–XVI вв., в период Ренессанса, по схожим моделям – через кризис христианских ценностей и реконструкцию античной аксиологической парадигмы, отвергнутой в христианском средневековье как языческая. Собственно, именно контрапункт христианства и античности как структурообразующее начало европейских национальных государств породил гуманизм не только как ренессансное мироощущение, антропоцентричное в своей основе, но и как основополагающий принцип последующей европейской истории. Гуманизм был движущей силой как в постепенном возвышении третьего сословия, обусловившем просветительские искания XVIII–XIX вв., так и в XX веке – например, в деятельности ООН, ЮНЕСКО. Более того, Всемирная декларация прав человека, принятая ООН в 1948 году, в сущности, являлась провозглашением идеалов гуманизма. Именно на принципе гуманизма построено большинство Международных документов: «Конвенция о защите прав человека и основных свобод», «Конвенция о правах ребенка», «Международный пакт о гражданских и политических правах».

Итак, благодаря обозначенным выше базовым структурам европейского культурного архетипа, культуру Европы можно рассматривать как целостный феномен, несмотря на многообразие образующих ее национальных культур.

Иногда Европу называют континентом, однако это не вполне корректно, так как Европа – это часть света, расположенная в западной части материка Евразия, которая вместе с Азией образует единый континент. В отношении геополитического статуса Европы существует еще один стереотип и связан он с употреблением устаревшего выражения Западная Европа, которое в современном словоупотреблении нередко используется при характеристике европейского региона в целом. Тогда как термин «западная Европа» возник в годы Холодной войны и обозначал коалицию стран-членов блока НАТО. При этом восточно-европейские государства составляли организацию Варшавского договора (ОВД). После упразднения ОВД в июле 1991 года в Европе стало актуальным выделение северного, южного, западного, восточного и, нередко, центрального регионов. Туда стали включать страны бывших политических блоков, как восточного, так и западного<sup>45</sup>.

Несмотря на небольшую площадь в 10 млн. км<sup>2</sup>, на территории Европы проживает около 20% всего населения Земли, т.е. 745 млн. человек. Поэтому плотность населения в Европе весьма высока – около 75,8 человек на один км<sup>2</sup>. К тому же на территории Европы «разместились» 65 стран, из которых 50 – независимые государства, причем доля

городского населения чрезвычайно высока – 73% населения. Лидером урбанизации предстает Бельгия, в которой насчитывается 98% городских жителей. При выходе на европейские регионы можем наблюдать следующие показатели урбанизации: Восточная Европа – 69%; Южная Европа – 70%; Западная Европа – 79%; Северная Европа – 81%; Европа в целом – 73%<sup>46</sup>.

Кроме большой плотности преимущественно городского населения, к демографическим характеристикам современной Европы нужно отнести, по меньшей мере, два процесса: стремительное старение Европы и миграцию из стран Азии и Африки. Европа стареет вследствие низкого уровня и смертности, и рождаемости. Так, среднестатистический возраст европейца превышает 40 лет, а коэффициент фертильности равен 1,55. В то время как для «нормального воспроизводства» населения данный коэффициент должен быть не менее 2,2. Следовательно, подобный коэффициент фертильности равносителен депопуляции коренных европейцев. В то же время в Европе на данный момент происходят стремительные этнические трансформации, ибо, при крайне низком уровне рождаемости среди европейских наций, прирост населения в Европе происходит за счет мигрантов преимущественно из стран Азии и Африки.

Нередко мигрируют из бывших колоний Европы люди, знакомые с европейскими языками и культурой. Но в целом Европу наводняют потоки беженцев из Афганистана, Ирака, Ирана, Сирии и стран Африки. К примеру, по данным Национального института статистики Франции INSEE на 2014 год, «во Франции насчитывалось почти 6 млн. иммигрантов (9,1% от всего населения)». В начале 2016 года, по оценкам Eurostat, «иммигрантов стало уже 7,9 млн. (11,8% населения Франции)». Тогда как в 2019 году Франция «получила почти 120 тысяч просьб о предоставлении убежища – больше, чем любая страна ЕС, кроме Германии»<sup>47</sup>. Если нынешние темпы прироста населения мигрантов сохранятся, то приблизительно через 35 лет Франция станет исламской республикой. Впрочем, в современной Европе по количеству своих приверженцев ислам является второй религией после христианства.

Несомненно, в некоторых европейских странах мусульмане являются коренным населением; таковы Албания, Болгария, Босния и Герцеговина, Македония, Черногория, самопровозглашенное Косово. Но в данном случае речь идет о мигрантах мусульманского вероисповедания. И если в 2010 году в Европе «насчитывалось немногим более 44 млн. мусульман, то уже к 2030 году их численность превысит 52 млн., что составит 8,6% от ее общего населения». Мусульмане распространяются по всем странам ЕС. Так, по прогнозам специалистов, к 2035 году доля

мусульман в Великобритании «увеличится в два раза – с 4 до 8%»; мусульмане «составят 10,3% населения Франции, 10,2% – Бельгии, почти 10% – Швеции, более 6% – Германии»<sup>48</sup>. Так как миграционные потоки из стран с традиционно высокой рождаемостью – Ближнего и Среднего Востока, Северной Африки, Южной Азии – не ослабевают, то с каждым новым годом Европа будет становиться все более мусульманской. Так как «рождаемость у мусульман в три раза выше, чем немусульман, и уже сегодня более 20% детей и молодых людей в Европе – выходцы из мусульманских семей»<sup>49</sup>. Более того, в Голландии и Бельгии 50% всех новорожденных – от родителей-мусульман.

Вследствие этого, мусульманские общности в Европе намного моложе немусульманских. Так, «одна треть мусульман во Франции – моложе 20 лет, в то время как из числа собственно французов в этом возрасте – только 21%; одна треть мусульман в Германии – моложе 18 лет, тогда как для немецкого населения эта цифра составляет 18%; одна треть мусульман в Великобритании – моложе 15 лет, а среди британцев – только 20%; возраст трети мусульман в Бельгии – менее 15 лет, а бельгийцев – только 18%»<sup>50</sup>. Вполне вероятно, что, при сохранении тенденций данной демографической ситуации, к концу нынешнего столетия число мусульман в Европе может превысить численность коренного населения.

Ислам для мусульман – не только религиозная вера, но и, прежде всего, образ жизни, основанный на соблюдении шариата как системы религиозных законов, регулирующих нормы морали, семейной жизни, обряды, праздники и даже ведение хозяйства. Поэтому ислам регламентирует бытовую, социокультурную и гражданско-правовую жизнь мусульман. В сущности, ислам для разноязычных мусульман – это и религия, и общественно-политическая, и социокультурная основа общего в своих ценностных основах мировоззрения. Но в европейских странах проживают различные этнические группы мусульман: в Великобритании, Франции и других бывших колониальных державах – это преимущественно население их бывших колоний; в Швеции, Норвегии и прочих неколониальных странах – более смешанные категории мусульман.

Безусловно, наличие множества национальных элементов, проявляющееся в европейских культурах еще на стадии их генезиса, можно объяснить многообразием издревле происходящих в Европе этнических процессов, среди которых – миграции, интеграции, ассимиляции, аккультурации. Собственно, само создание Европейского Союза, равно как и процессы глобализации, можно трактовать как взаимодействие процессов интеграции и ассимиляции. В обоих случаях происходит объединение этносов в единый социум, но при интеграции повышается степень

культурного многообразия общества, при ассимиляции происходит обратный процесс, приводящий к поглощению малочисленного этноса более сильной культурой. В связи с этим не случайно, что противники ЕС основной «механизм» его создания видят в ассимиляции как европеизации и распространении либеральных ценностей гражданского общества.

Действительно, благодаря процессам глобализации современное геополитическое пространство стало иным. Возникли транснациональные экономические корпорации и международный туризм; массовая культура и ценности общества потребления получили всеобщее распространение, вплоть до унификации пищевой модели в ресторанах быстрого питания. Благодаря новым информационным технологиям и интернету «размылись» не только национальные, но и государственные границы. Кроме того, инфосфера интернета и работающих на его мультимедийной платформе СМИ и СМК стала подлинным «властителем дум» человечества информационной эпохи, несущим потенциальную и реальную угрозы национальной безопасности.

В связи с этим можно утверждать, что на уровне современной этнокультурной ситуации глобализация выражается не столько в кризисе идентичности, сколько в плюралистическом восприятии человеком своей идентичности. Применительно к Европе плюрализм идентичности выражается в политике мультикультурализма. Данная политика, являющаяся наглядным выражением толерантного отношения к миру, ведет к активизации локальных идентичностей и культурных общностей, а, в конечном счете, к усилению плюрализации и национально-культурной мозаичности общества. Это наглядно проявляется в том, что мусульмане, прибывшие в Европу, живут по «законам» своей аутентичной социокультурной национальной идентичности, фундаментально базирующейся на сакральных ценностях ислама, а не по кодам и стандартам общеевропейского гражданского общества. Поэтому проводимая Европой политика мультикультурализма стала терпеть фиаско в ситуации нашествия мусульман-мигрантов.

Получается, что Европа превращается «в своеобразный инкубатор террористических кадров из числа мусульманской молодежи»<sup>51</sup>. Такая молодежь представляет собой третье поколение мусульманских мигрантов. Первое поколение мусульман прибыло в Европу в 1960-е годы из соображений экономических, второе поколение – их дети, приехавшие вместе с ними или родившиеся в Европе; третье поколение – внуки первого поколения мигрантов. Они выросли и получили образование в Европе. Интеграция второго и третьего поколения в европейское общество протекает очень сложно. В сущности, эти поколения мусульман представляют собой космополитичную исламскую, говорящую по-английски

интеллигенцию, оторванную от своих корней и крайне восприимчивую к воздействию радикальной идеологии на фоне неприязненно-критичного отношения к ней европейцев. Об этом свидетельствует тот факт, что веб-сайты, пропагандировавшие джихад, в большинстве своем, базировались на Западе. Или то, что исламистская фундаменталистская организация Хизб-ут-Тахрир (партия исламского освобождения) распространила свое влияние в Центральной Азии, Пакистане и на Ближнем Востоке, в то время как ее штаб-квартира расположена в Лондоне<sup>52</sup>.

Таким образом, в 2021 году можно констатировать кризис политики мультикультурализма в Европе. Об этом почти синхронно высказались многие лидеры государств Евросоюза. Например, во Франции и Бельгии был принят закон о запрете на ношение в общественных местах паранджи; в Швейцарии законодательно запрещено строительство минаретов. По всей Европе набирают вес правые партии, выступающие против «омусульманивания» Европы.

Однако, рассуждая о неэффективности европейской интеграции, следует помнить, что мусульманская миграция в Европу обусловлена, прежде всего, социально-экономическими факторами, в числе которых и колониальное прошлое Европы, и новейшие истории развертывания Западом «цветных революций» на мусульманском Востоке. Как верно замечает И.П. Добаев, замедлить миграционные потоки в Европе может только «предоставление реальной помощи в экономическом развитии мусульманским странам, вследствие чего повышался бы уровень жизни целых народов». Причем «именно это, а не навязывание западно-либеральных “ценностей” могло бы в перспективе решить проблему»<sup>53</sup>. Поэтому, проецируя данную сложную этнокультурную ситуацию на специфику организации социально-культурной деятельности в современной Европе, необходимо учитывать факт почти параллельного сосуществования в ней двух моделей организации досуга – традиционной европейской и мусульманской.

### **3.2 Евросоюз как политическая и экономическая коалиция стран Европы: от истории к современности**

Идея создания объединенной Европы отнюдь не нова. Еще в средние века христианская идея единого происхождения рода человеческого способствовала образованию крупных раннефеодальных государств. Таковы Вестготское королевство, королевства бургундов, франков, империя Карла Великого, существовавшие в VIII–IX вв. Союзы европей-

ских стран в эпохи зрелого Средневековья и Ренессанса носили военный характер и были направлены против угрозы исламской экспансии. В частности, подобную идею высказал в 1453 году король Богемии Й. Подебрад, предложив создать Союз христианских европейских наций против турок. В XVII–XIX вв. идею объединения европейских держав как экономического и политического союза развивали и пытались реализовать У. Пенн, аббат Сент-Пьер, маркиз де Лафайет, Т. Костюшко, И. Кант, Наполеон Бонапарт, Д. Гаррибальди, В. Гюго и др.

После Первой мировой войны идея объединенной Европы получила остро-политическую окраску. С одной стороны, после победы Великой Октябрьской социалистической революции на территории советской России возник призыв: «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!», – и связанные с ним идеи мировой революции и «советских Соединенных Штатов Европы». Кстати, идею СШЕ активно продвигал в 1920-е годы Л. Троцкий. С другой стороны, в Европе рубежа 1910–1920-х гг. появились организации, координирующие деятельность европейских социально-политических сил. В числе данных организаций – Коминтерн (1919), социалистический Интернационал (1923), зеленый Интернационал фермерских партий (1923), христианский правоцентристский Международный секретариат демократических партий (1925) и др. Более того, в 1920-е годы существовало панъевропейское движение, направленное на реализацию идеи создания единого католического государства. По итогам деятельности движения в 1926 году в Вене был проведен конгресс.

Идея создания Соединенных Штатов Европы была базовой в политической программе Немецкой рабочей партии – политического предшественника немецкой национал-социалистической рабочей партии. Идея СШЕ была разработана Э. Штреземаном и А. Брианом и вызвала сдержанную критику Гитлера, увидевшего в ней угрозу для своих политических амбиций и для концентрации власти в своих руках. Придя к власти, он противопоставил модель имперского величия Германии идее Соединенных Штатов Европы. Зато активным сторонником создания СШЕ как «единой европейской семьи» еще в 1930-е годы был У. Черчилль, сохранивший верность своей позиции и после Второй мировой войны.

В XX веке идея единой Европы «подпитывалась» политическими доктринами различной идеологической направленности. В связи с этим далеко не случаен тот факт, что в разгар Холодной войны в вербализацию идеи объединения Европы активно вмешивается Америка. Так, в 1962 году в условиях Карибского кризиса, Джон Кеннеди выступил за плодотворное «атлантическое сотрудничество» между СШЕ и США в

вопросах экономики, политики и культуры. В 1992 году Ф. Хайнекен выпустил брошюру «СШЕ. Евротопия?», в которой предлагал свой сценарий развития стран после окончания Холодной войны по моделям конфедераций из 75 государств, объединенных на основе лингво-этнических признаков. В 1990-е годы эта брошюра получила высокую оценку Д. Буша-старшего, на тот момент вице-президента США. Из вышесказанного следует вполне очевидный вывод, что в XX веке, после образования СССР, мысль о создании СШЕ базировалась на идеологии противостояния Советскому Союзу.

В контексте этого противостояния можно рассматривать факт создания в 1983 году Международного демократического союза. Он был организован с целью выработки единой позиции по международным вопросам. Среди его создателей – премьер-министр Великобритании М. Тэтчер, вице-президент США Д. Буш-старший, канцлер ФРГ Г. Коль, мэр Парижа Ж. Ширак. Основу данного политического интернационала составили консервативные и христианско-демократические партии Европы, среди которых – Христианско-демократический союз, консервативная партия Великобритании, испанская Народная партия, а также консервативные внеевропейские силы – республиканская партия США, консервативная партия Канады, либеральная партия Австралии и др. На настоящий момент Союз является действующей организацией. Спектр направленностей его работы отражен на официальном сайте <https://www.idu.org/>. Итак, созданию Евросоюза на протяжении всей европейской истории предшествовали многочисленные коалиции европейских государств, создаваемые с экономическими или политическими целями.

В то же время в становлении Евросоюза можно увидеть сугубо экономические причины. При таком подходе его история началась в 1951 году, когда было создано ЕОУС – Европейское объединение угля и стали. В его состав вошли шесть стран – Бельгия, Италия, Люксембург, Нидерланды, Франция и ФРГ. Внутри этих государств были сняты тарифные и количественные ограничения на торговлю углем и сталью.

Следующим событием, отразившим процессы интеграции европейских стран, можно назвать подписание Римского договора 25 марта 1957 года. Данным договором на базе ЕОУС и Европейского сообщества по атомной энергии было создано ЕЭС – Европейское экономическое сообщество. Спустя десять лет, в 1967 году, три сообщества – ЕОУС, ЕЭС и Европейское сообщество по атомной энергии – объединились в Европейское Сообщество.

14 июня 1985 года пять государств Европы – Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Франция и ФРГ – подписали Шенгенское соглашение,

благодаря которому были упрощены передвижения товаров, капиталов и граждан внутри этих государств, но ужесточен контроль на внешних границах ЕС. Шенгенское соглашение вступило в силу 26 марта 1995 года, но просуществовало до 1 мая 1999 года – момента вступления в силу Амстердамского договора, благодаря которому Шенгенское соглашение и Шенгенская конвенция перестали действовать отдельно, так как были заменены Шенгенским законодательством Евросоюза.

Шенгенское законодательство представляет собой нормативно-правовую систему, регулирующую экономические и политические взаимоотношения стран-участниц Евросоюза. В частности, оно касается упразднения пограничного контроля на внешних границах в пределах Шенгенской зоны и усиления пограничного контроля на внешних границах. Увеличивая свою площадь с 1985 года, на настоящий момент Шенгенская зона представляет собой пространство 26 государств, отменивших пограничный контроль между собой, присоединившись к нормам Шенгенского законодательства ЕС. Для международного туризма Шенгенская зона действует подобно единому государству, осуществляя контроль на въезде и выезде из ее границ.

7 февраля 1992 года в Нидерландах был подписан Маастрихтский договор, свидетельствующий о создании Европейского Союза. Данный договор вступил в силу 1 ноября 1993 года и, по сути своей, явился всего лишь законодательным итогом, завершим многолетний процесс интеграции европейских стран в единую политико-экономическую зону. По состоянию на 2021 год в составе Евросоюза, после выхода из него Великобритании, числится 27 государств.

Для усиления экономической интеграции в пределах европейской территории применяют специально созданные валюты. С 1979 по 1998 гг. в валютной системе ЕЭС и ЕС использовался эцю как условная расчетная единица. 1 января 1999 года эцю заменил евро, введенный сначала только для безналичных расчетов, а затем, с 1 января 2002 года, евро был введен в наличный оборот и активно используется 19 странами-участницами ЕС. Кроме того, с целью проведения единой валютно-финансовой политики и выравнивания уровня экономического развития различных регионов внутри ЕС, были созданы Единый центральный банк, Европейский инвестиционный банк, Европейская счетная палата, Европейский фонд развития, Экономический и социальный комитет, Комитет регионов.

Евросоюз ведает сугубо экономическими вопросами, связанными с организацией общего рынка, таможенного союза, единой валюты, общей сельскохозяйственной и рыболовной политики. Что касается социальных институтов ЕС, то его высшим политическим органом является

Европейский совет, представляющий собой совещание глав государств на высшем уровне и определяющий цели, задачи и отношения Евросоюза с государствами, входящими в его состав. Высшей исполнительной властью ЕС обладает Комиссия европейских сообществ (КЕС), которая состоит из 27 членов – по числу государств, входящих в состав ЕС. Еврокомиссия обеспечивает повседневную регулярную деятельность Евросоюза, так как каждый представитель страны-участника ЕС отвечает за определенное направление работы Евросоюза.

ЕС имеет парламент, депутаты в который избираются электоратом национальных государств, сроком на пять лет. Диапазон решений, принимаемых Европарламентом, очень широк – от экологических проблем окружающей среды до тарифов на мобильную связь. Высшей судебной инстанцией в ЕС является Суд европейских сообществ, который состоит из 27 судей, в соответствии с количеством участников Евросоюза, и из 9 генеральных адвокатов. В ведении Европейского суда – урегулирование разногласий между государствами-членами ЕС, между членами ЕС и Евросоюзом, между институтами ЕС, а также заключения по международным соглашениям.

Итак, зарождаясь в 1950-е годы как исключительно экономическая коалиция, Евросоюз к 2021 году трансформировался в мощное политическое объединение, насчитывающее после выхода из него Великобритании, согласно статистической службе ЕС (Eurostat), 444,7 млн. населения. Функционирование Евросоюза обеспечивают семь главных учреждений: Европейский парламент, Европейский совет, Европейская комиссия, Совет Европейского союза, Европейская счетная палата и Европейский центральный банк.

Невзирая на независимость каждого члена Евросоюза и коллективное принятие решений, в нем существуют страны-лидеры. Так, более половины взносов в общий бюджет Евросоюза до недавнего времени приходилось на Германию, Францию, Италию и Великобританию. Несомненно, после выхода Великобритании из ЕС (Brexit) в 2021 году ситуация начнет меняться. Но, безусловно, сохранится тенденция, согласно которой некоторые страны-участницы ЕС будут получать средства из общего бюджета на поддержание их социально-экономического положения, намного превышающие их взносы в Евросоюз. Благодаря финансовой поддержке Евросоюза, эти страны частично теряют суверенитет и возможность кардинально влиять на решения, принимаемые в рамках Евросоюза. При этом политическим и экономическим лидером ЕС на настоящий момент по-прежнему остается Германия.

Тем не менее, Евросоюз – это уникальная организация, интегрирующая европейские государства с целью улучшения социально-

экономической и гармонизации политической жизни их населения. Евросоюз призван обеспечить солидарность и сплоченность стран содружества, их территориальную организацию и социальный порядок, экономическое развитие. Данная цель ЕС реализуется через систему приоритетных задач в сфере политики, экономики, социокультурной сферы. В числе приоритетных политических задач ЕС можно назвать защиту прав и свобод человека; содействие миру и благосостоянию народов; обеспечение гражданам свободы, безопасности и законности; защиту и продвижение интересов ЕС на мировом геополитическом пространстве. К доминантным экономическим задачам Евросоюза можно отнести поддержание конкуренции на внутреннем рынке; развитие социально ориентированной экономики и содействие занятости населения; развитие научно-технического прогресса и оздоровление экологии. Среди первостепенных социокультурных задач ЕС – развитие принципа толерантности и борьба с различными видами дискриминации, как национальной, так и гендерной; разработка технологий и инструментов социальной защиты населения и, особенно, защиты прав детей; уважительное и бережное отношение к разнообразию национальных культур и обеспечение защиты общеевропейского культурного наследия.

### **3.3 Роль культурных программ и культурной дипломатии в организации политических стратегий социально-культурной деятельности Евросоюза**

Создание Евросоюза хронологически совпало с процессами дигитализации и внедрения новых информационных технологий, обусловивших переход к постиндустриальному информационному обществу и форсировавших процессы глобализации. Данные процессы, ускорив социодинамику культуры, тем не менее, способствовали возникновению целого спектра проблем, обусловивших специфику культурной политики Евросоюза. Прежде чем говорить о тенденциях культурной политики ЕС, систематизируем проблемы, возникшие не без влияния Евросоюза на рубеже XX–XXI вв., как в европейском сообществе, так и в мировом геополитическом пространстве.

Во-первых, глобализация реконструировала принцип европоцентризма, подвергнутый критике еще в эпоху Просвещения. Этим она упрочила претензии Европы на статус мирового нормативного образца в сфере культуры и цивилизации. Подобным образом была обоснована возможность осуществления европейской культурной экспансии в регионы-аутсайдеры, живущие по иным культурным моделям, с целью их

«усовершенствования» в соответствии с ценностями западноевропейской цивилизации.

Во-вторых, процессы миграции в ЕС из стран Востока породили феномен «евроислама», свидетельствующий о кризисе европейской политики мультикультурализма, порожденном нежеланием и неспособностью мусульман к интеграции с европейскими ценностями. При проекции на организацию культурно-досуговой деятельности данные процессы проявляются в параллельном существовании в пространстве Европы мусульманских и европейских подходов к организации досуга.

В-третьих, благодаря диджитализации, интернету и новым информационно-коммуникативным технологиям, возросла интенсивность культурных обменов, как в реальном, так и в виртуальном мирах. Безусловно, это повлияло на формы организации досуга, в реальном мире ускорив динамику развития международного туризма, а в цифровой среде породив новые сервисы с использованием VR-, AR- и смешанной реальности, переводящие досуг в виртуальное пространство и актуализировавшиеся в период пандемии covid-19.

Кроме этого, в условиях глобализации, в соответствии с ценностями «общества потребления», был сформирован новый стереотип поведенческой модели. Согласно данному стереотипу, человек информационного общества должен не только иметь навыки мультимедийных коммуникаций и владеть несколькими иностранными языками, один из которых – обязательно английский, но и быть мультикультурным и толерантным.

В-четвертых, в период с 1950-х по 2010-е гг., под влиянием демократизации культуры произошло существенное расширение понятия «культурное наследие». Начало процессов демократизации культуры в Европе связывают с культурной политикой V Республики во Франции и, в частности, с деятельностью А. Мальро. Он возглавил Министерство по делам культуры, учрежденное в 1959 году президентом V Республики Ш. ле Голлем. А. Мальро сформулировал шесть приоритетных направлений культурной политики V Республики: широкий доступ к культуре всех слоев населения, охрана культурного наследия, развитие современного искусства, развитие образования в сфере культуры, регулирование рынка культурных индустрий и децентрализация культурных институтов<sup>54</sup>. При таком подходе понимание культурного наследия существенно расширилось. Оно обогатилось новыми видами искусства – такими, как рок-музыка, мода, фотография и др. Закономерным продолжением данной тенденции явилась разработка и принятие ЮНЕСКО 2003 году «Конвенции об охране нематериального культурного наследия».

Эта «Конвенция...» вступила в силу в 2006 году; на настоящий момент ее приняли практически все европейские страны. Кстати, Россия, несмотря на то, что активно участвовала в разработке данной «Конвенции...», ее не ратифицировала. Причем не только потому, что не были приняты поправки, вносимые нашей страной в этот документ, но, прежде всего, в силу спорности концепции данной «Конвенции...». Спорность обусловлена чрезмерной размытостью ценностных ориентаций европейского сообщества. Так, к нематериальному наследию отнесены «признанные сообществами, группами и отдельными лицами... обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки» и «связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства»<sup>55</sup>.

Другими словами, «Конвенция...» предполагает, прежде всего, сохранение образа жизни народов, что действительно крайне значимо для народов, не имеющих письменности. Но в то же время она ориентирована на сохранение крайне сомнительных традиций, наподобие кражи невест и калыма. Кроме этого, список нематериального наследия крайне эклектичен: в него включены и французское застолье, и средиземноморская диета, и соколиная охота, и пр.т.п.

В-пятых, из-за увеличения числа партнеров на региональном, европейском и мировом уровне, а также вследствие размытости и непрочности института государственной власти, в странах Евросоюза отсутствует структурообразующая основа для формирования и развития национальных культурных политик европейских стран.

В сфере культурной политики для стран ЕС партнерами являются не только регионы, государства и крупные международные организации, но и СМИ, СМК, индустрия досуга. В этом спектре мировых культурных трендов и брендов эпохи глобализации крайне сложно сохранить собственную национальную идентичность.

Хрупкость института государственной власти в странах-членах ЕС обусловлена сложной бюджетной ситуацией, проявляющей не только неравномерность развития стран, входящих в Евросоюз, но и противоречиями в директивах Европарламента. Например, согласно Шестой Директиве Европарламента, государства-члены ЕС могут устанавливать нулевые или минимальные, порядка 5–10%, ставки НДС на культурные товары и услуги: книги, газеты, журналы, билеты в музеи, галереи, театры, концертные залы. Однако в перечне льгот отсутствуют печатно-полиграфические услуги и льготы на бумагу. Конечно, в условиях диджитализации и перевода в цифровой формат многих культурных продуктов это законодательное противоречие «стирается», однако, оно очевидно.

Основным органом управления сферой культуры в Евросоюзе является Департамент Европейской Комиссии по вопросам образования и культуры. Принципы, определяющие сущность культурной политики ЕС, идентичны принципам, которыми руководствуется Европейский совет как высший политический орган Евросоюза при принятии своих решений. В число данных принципов входит уважение личности; поддержка культурного разнообразия и содействие межкультурному диалогу; уважение свобод на мнение, собрания, продвижение демократизации культуры; поддержка национальных культурных политик.

Именно Совет Европы инициировал принятие концептуально значимых документов, направленных на развитие и регулирование культурного сектора Евросоюза. В числе этих документов – Европейская конвенция о правонарушениях, связанных с культурной собственностью (1985); Конвенция по защите архитектурного наследия Европы (1987); Европейская конвенция по охране археологического наследия (1992); Европейская конвенция по совместному производству в кинематографии (1994); Рамочная конвенция о защите национальных меньшинств (1995); Европейская конвенция о ландшафтах (2000); Европейская конвенция по защите аудиовизуального наследия (2001); Рамочная конвенция совета Европы о ценности культурного наследия для общества (2005); Флорентийская декларация «Культура и регионы» (1987); Декларация по европейской политике в сфере новых информационных технологий (1999); Декларация по культурному разнообразию (2000); Декларация о межкультурном диалоге и предупреждении конфликтов (2003) и др. Но, несмотря на обилие нормативных актов, регламентирующих социокультурную сферу ЕС, становление его культурной политики проходило достаточно противоречиво.

Подписанный в 1992 году Маастрихтский договор о создании Евросоюза касался, в числе прочего, вопросов организации единого культурного пространства. Так, в статье 3 данного договора утверждалось, что союз «уважает богатство своего культурного и языкового разнообразия и заботится о сохранении и развитии европейского культурного наследия»<sup>56</sup>. Однако в Маастрихтском договоре не были четко разграничены культурная и экономическая сферы жизнедеятельности стран-членов ЕС. В частности, торговлю культурными товарами часть членов Евросоюза рассматривали как инструмент реализации культурной политики, тогда как другие члены воспринимали ее в контексте компетенций ЕС, как проявление экономической интеграции. Поэтому часть европейских стран, среди которых – Дания, Франция, Германия, Испания – выступили за включение культуры в компетенции Евро-

союза, тогда как некоторые государства – например, Нидерланды, – активно выступали против единой культурной политики.

Культурная политика ЕС осуществляется через реализацию культурных программ, среди которых можно выделить «программы первого и второго поколения»<sup>57</sup>. Программы первого поколения реализовывались до 2000 года и имели целью демократизацию культуры и развитие международного партнерства путем проведения различных акций общеевропейского уровня. Первое поколение культурных программ в ЕС представлено специальными программами «Калейдоскоп», «Ариан» и «Рафаэль». Охарактеризуем их.

**Программа «Калейдоскоп»**, действовавшая в период с 26 марта 1996 по 31 декабря 1999 гг., была нацелена на поддержание и содействие знанию и распространению культуры европейских народов. Программа распространялась на сценическое, пластическое и прикладное искусство. Продвигая европейскую культуру в мире, посредством взаимодействия с Международными организациями и странами третьего мира, данная программа поддерживала проекты «Месяц европейской культуры» и «Культурная столица Европы». Последний был связан с ежегодным выбором культурной европейской столицы, способствующим продвижению специфики национального образа мира, быта и традиций, присущих тому или иному этносу. Проект актуален поныне, только с 2005 года в ЕС выбирают по две культурных столицы, одна из которых представляет «старожилов» Евросоюза, другая – страны, недавно в него вошедшие. В 2021 году культурными столицами ЕС, соответственно, будут Орхус (Дания) и Пафос (Кипр). Финансирование «Калейдоскопа» исчислялось 34,4 млн. евро; за четыре года было профинансировано 518 культурных проектов.

**Программа «Ариан»** была принята Европарламентом 6 октября 1997 г. на четыре года. Ее целью было расширение сотрудничества между странами-членами Евросоюза в области книжного дела и переводческой деятельности как формами пропаганды и продвижения культуры стран-членов ЕС. В рамках «Ариана» также финансировались проекты по развитию профессионального образования в сфере книгоиздания и переводов – в частности, за четыре года было переведено 630 книг. Создавая благоприятные условия для повышения квалификации в сфере переводческой деятельности, программа «Ариан» способствовала популяризации разножанровых книг современных авторов, нередко полностью финансируя гонорар переводчиков. Программа финансировала множество партнерских инициатив и креативных проектов, способствующих взаимному познанию европейских народов через литературу и историю, – всевозможные коллоквиумы, круглые столы, культур-

ные обмены, переводческие мастер-классы и т.п. За время действия программа поддержала около 800 проектов; ее бюджет составил 11,1 млн. евро.

**Программа «Рафаэль»**, принятая решением Европарламента от 13 октября 1997 года, была направлена на выработку стратегий усиления взаимодействия между членами Евросоюза в области охраны культурного наследия европейского значения. В рамках реализации данной программы проводились работы по восстановлению и сохранению памятников культуры и архитектуры, археологических объектов, культурных ландшафтов. В реализации программы приняли участие как члены Евросоюза, так и представители других стран, участвующие в культурном сотрудничестве. Общий бюджет программы составил 30 млн. евро; было профинансировано 224 проекта.

Программы второго поколения («Культура 2000», «Европа для граждан 2007–2013», «Культура 2013–2017», «Креативная Европа» 2014–2020», «Креативная Европа» 2021–2027») имеют сложную структуру и носят комплексный характер с точки зрения сфер реализации. Во многом это обусловлено **социокультурной стратегической направленностью нормативно-правовых актов**, принятых Евросоюзом начиная с 2000 года.

Так, 7 декабря 2000 года была принята «Хартия ЕС об основных правах», в преамбуле которой сказано, что «народы Европы, учреждая между собой как можно более тесный союз, решили совместно обеспечить себе мирное будущее, основанное на общих ценностях». В число базовых ценностей ЕС, кроме богатого «духовного и нравственного исторического наследия», входят такие «всеобщие и нераздельные ценности», как «человеческое достоинство, свобода, равенство и солидарность», а также «принципы демократии и правового государства». В свете этого «центром деятельности ЕС» должна стать «человеческая личность как гражданин Союза, живущий в пространстве свободы, безопасности и справедливости». В связи с этим в ст. 21 «Хартии ЕС» утверждается недопустимость дискриминации; в ст. 13 провозглашается «свобода искусства и науки»; в ст. 22 говорится об уважении ЕС к «культурному, языковому и религиозному разнообразию»<sup>58</sup>.

Значимой фазой в определении вектора культурной политики Евросоюза в его институциональных документах стало принятие Лиссабонского договора на саммите ЕС 13 декабря 2007 года. Данный договор, вступивший в силу 1 декабря 2009 года, заменял проект европейской Конституции, не принятой, вследствие недоверия, выраженного ей в 2005 году, на референдумах во Франции и Нидерландах. Целью Лиссабонского договора стало повышение эффективности управления

Евросоюзом посредством культурной интеграции стран-членов и развития «универсальных общеевропейских ценностей», включающих «неприкосновенные и неотчуждаемые права человеческой личности, свободу, демократию, равенство и правовое государство»<sup>59</sup>. В ст. 167 Лиссабонского договора обосновывалась концепция культурной политики ЕС. Основой этой концепции стало признание национального и регионального многообразия стран-членов при утверждении значимости общего культурного наследия.

В ст. 6 Договора о функционировании ЕС, вступившего в силу в 2009 году, культура отнесена к компетенциям Евросоюза и понимается как одно из структурообразующих направлений его деятельности по «поддержке, координации и дополнению действий государств-членов», направленных на «постоянное улучшение условий жизни и труда своих народов», являющееся «основополагающей целью» существования Евросоюза. В перечне направлений «координации» деятельности ЕС культура стоит на третьей позиции среди «охраны и улучшения здоровья людей, промышленности, туризма; образования, профессионального обучения, молодежи и спорта; гражданской обороны, административного сотрудничества». Кроме того, III раздел (ст. 167) Договора о функционировании ЕС полностью посвящен культуре. В нем четко обозначен статус культурной политики в деятельности ЕС. В частности, здесь сказано, что «Союз способствует расцвету культур государств-членов при уважении их национального и регионального разнообразия, одновременно выдвигая на передний план общее культурное наследие». С этой целью он «стремится поощрять сотрудничество государств-членов» и при необходимости «дополнять их деятельность» в следующих областях: «повышение уровня знания и улучшение распространения культуры и истории европейских народов; сохранение и защита культурного наследия, имеющего европейское значение; культурные обмены некоммерческого характера; художественное и литературное творчество, в том числе в аудиовизуальном секторе»<sup>60</sup>. Итак, культура в данном документе предстает не только как основа для взаимодействия стран-членов ЕС, но и как приоритетное направление внешней деятельности Евросоюза, связанное с продвижением европейских ценностей и общего европейского культурного наследия в мировом геополитическом пространстве. Данная тенденция позиционирования культурной политики нашла продолжение в законах ЕС, принятых в 2010-е годы.

В 2016 году Еврокомиссией и Внешнеполитической службой ЕС была разработана программа «К стратегии ЕС в области международных культурных взаимоотношений», ориентированная на поощрение межкультурного диалога и взаимодействия между странами ЕС и их

партнерами в развитии глобального миропорядка, чем был обозначен внешнеполитический аспект культурной политики Евросоюза. И если в 2016 г. Европарламент выпустил резолюцию по межкультурному диалогу, то в июле 2017 г. он принимает новую резолюцию по укреплению международных позиций ЕС через культуру. При этом стратегия культурной политики Евросоюза в данных документах определяется продвижением культурного разнообразия. Оно выступает не только как форма социальной адаптации мигрантов и способ разрешения социокультурных конфликтов, но и как инструмент достижения модели устойчивого развития, причем как европейских стран, так и стран «третьего мира».

Модель культурной стратегии ЕС базируется на пяти принципах: (1) продвижение культурного разнообразия как способ уважения прав личности; (2) содействие межкультурному диалогу, основанному на взаимном уважении и осуществляемому посредством интернета и новых ИКТ; (3) признание культурной специфики и уникальности стран-партнеров и, как следствие, реализация принципа взаимодополняемости культур; (4) комплексный подход к культуре как основе устойчивого развития государства в целом; (5) продвижение культуры через сотрудничество в реализации целевых и тематических программ и проектов<sup>61</sup>. Разрабатывая данную стратегическую модель, Европарламент обозначил статус культуры как инструмента продвижения ценностей Евросоюза в странах, не входящих в него. Формами продвижения ценностей ЕС выступают не только культурные программы, но и появившийся в 2010 году бренд «Европейской наследие»<sup>62</sup>. Кстати, 2018 год был Годом европейского культурного наследия. На мероприятия, связанные с этим событием, было выделено 8 млн. евро. Итак, начиная с 2000-х гг. культура рассматривается Евросоюзом как инструмент реализации внешней политики «мягкой силы», продвигающей ценности европейской цивилизации в глобальном масштабе. Другими словами, если программы «первого поколения» были ориентированы на интеграцию и консолидацию сил Евросоюза, то программы «второго поколения», в своей основе, проектируются ЕС как эффективная форма ретрансляции и геополитического лоббирования ценностей европейской цивилизации. Несомненно, смена приоритетов в культурной политике ЕС отразилась на специфике программ «второго поколения». Рассмотрим их подробнее.

**Программа «Культура 2000»** была нацелена на формирование единого социокультурного пространства ЕС. При этом культура понималась не только как социально-экономический фактор, обуславливающий создание новых рабочих мест, но и как инструмент в решении проблем глобализации путем построения продуктивного межкультур-

ного диалога. Данная программа означала новый этап в развитии европейского культурного сотрудничества, заключающийся в упрощении механизмов реализации совместных проектов, с одной стороны, творческих, культурных деятелей, и, с другой – промоутеров, частных и государственных учреждений культуры, причем как стран-членов Евросоюза, так и его партнеров. Так, в данной программе могли принять участие, наряду со странами европейской экономической зоны, Кипр и ассоциированные страны Центральной и Восточной Европы. В целом в программе участвовало 30 европейских стран; общий бюджет программы составил 167 млн. евро.

В числе приоритетных задач программы «Культура 2000» были: содействие межкультурному диалогу и изучению истории культуры европейских народов; содействие транснациональному распространению культурных достижений; поддержка творческих инициатив молодых специалистов и социально незащищенных слоев населения; продвижение культурного разнообразия и инновационных форм культурного самовыражения; усиление значимости культуры как экономического фактора развития социальной сферы; демократизация культуры посредством расширения доступа к культуре и участия в культурной деятельности большинства населения ЕС<sup>63</sup>.

В рамках программы «Культура-2000» были реализованы следующие значимые направления социально-культурной деятельности Евросоюза.

Во-первых, была продолжена программа «Культурная столица Европы», актуальная до настоящего времени.

Во-вторых, по инициативе Европарламента и Совета ЕС в 2004 году было создано Европейское бюро по защите культуры и языка малых европейских народов и принята программа защиты малых европейских языков.

В-третьих, в контексте задач «Культуры 2000» большое внимание было уделено развитию сотрудничества в области литературы и переводческой деятельности. Для активизации межкультурного диалога в сферах перевода и литературного творчества были предложены такие форматы коммуникации, как популяризация литературы и истории европейских народов через медийное продвижение и поддержку разножанровых переводческих проектов, выполненных на малоизвестных европейских языках, особенно народов Центральной и Восточной Европы; поддержка инициатив по повышению квалификации переводчиков, литераторов и библиотекарей; популяризация чтения и книжной культуры, особенно среди молодежи и социально уязвимых слоев общества. Данное направление «Культуры 2000», в частности, реализовывалось

через такие проекты, как «Act-In», «Фестиваль современного европейского театра», «EuroLiteraTur», «Eurozine» и др.

В-четвертых, всесторонняя поддержка сохранения и продвижения европейского культурного наследия, особенно в таких областях, как интеллектуальная собственность, недвижимое имущество (музеи, коллекции, библиотеки и архивы, в том числе фото- и аудиовизуального формата), археологическое и архитектурное наследие, водное наследие и ландшафты, имеющие культурное значение. Например, сохранение культурного наследия через развитие толерантного межкультурного диалога было представлено в проектах «Новый цирк», «Европейский караван танца», «History Lost – Saving our Cultural Heritage», «На сцене 1-й еврейский театр в мире» и др.

В-пятых, в рамках реализации «Культуры 2000» Еврокомиссия координировала множество других секторов социокультурной деятельности Евросоюза. В их числе культура и туризм, внедрение мультимедийных технологий в образование; молодежная культурная политика; развитие современных видов искусства; научные исследования в области культуры; механизмы создания бюджета рабочих мест в области культуры; формирование и укрепление идентичности ЕС; поддержка людей с ограниченными возможностями; экспорт европейских культурных ценностей. Так, поддержке лиц с ОВЗ были посвящены проекты «Art Reach Europe» и Международный фестиваль культуры плохо слышащих людей; укрепление европейской идентичности осуществлялось в проектах «Родился в Европе», «European Identity: style versus artists», «How to Do Things? In the middle of (no) Where...» и др.

**Программа «Европа для граждан»**, реализуемая в 2007–2013 гг., была нацелена на продвижение идеи активного европейского гражданства. В связи с данной целью основными задачами данной программы стали: активизация взаимодействия общественных организаций в деле сплочения европейских народов; формирование и развитие европейской идентичности в контексте ценностей Евросоюза; выстраивание международного диалога на принципах культурного плюрализма и толерантности<sup>64</sup>. Она представляла собой систему проектов и акций, проводимых по трем основным направлениям. Первое – «проекты памяти», т.е. мероприятия по почитанию памятных дат и сохранению архивов, связанных с концентрационными лагерями и массовыми депортациями тоталитарных режимов. Второе – организация «мозговых штурмов» по разработке моделей гражданского общества и поддержка европейских организаций гражданского общества. Третье – проекты поддержки гражданского общества, в том числе через развитие в Европе сети городов-побратимов и организацию гражданских встреч представителей

городов-побратимов. Большая часть заявок на гранты содержала предложения по организации подобных встреч. Лидерами в этом процессе были Германия (2791 заявка), Франция (2 537 заявок), Венгрия (2 434 заявки), Италия (2 265 заявок) и Польша (1 219 заявок). Бюджет программы «Европа для граждан» составил 215 млн. евро; в реализации программы приняли участие более 1175000 человек.

**Программа «Культура» (2007–2013)** получила одобрение Европарламента и Еврокомиссии в декабре 2006 года. Ее бюджет в 1,7 раза превышал средства, затраченные на программу «Культура 2000» и составил 400 млн. евро, что наглядно демонстрирует рост значимости культуры в функционировании ЕС.

Основная цель программы заключалась в содействии повышению геополитической значимости единого культурного пространства Евросоюза, основывающегося на общем культурном наследии и создаваемого культурным сотрудничеством и взаимодействием стран-членов ЕС. В программе принимали активное участие представители малых предприятий и некоммерческих организаций, работающих в сфере культуры. Кроме стран Евросоюза, в реализации программы участвовали страны-кандидаты, страны Западных Балкан и третьи страны, заключившие с ЕС соглашение о сотрудничестве.

Программой предусматривались два типа проектов. Первый тип – долгосрочные, нацеленные на создание устойчивого сотрудничества с государствами в области культуры; в одном проекте могло участвовать не более шести государств; срок реализации проекта – от 36 до 60 месяцев, ЕС финансирует до 50% от стоимости проекта, от 200 тыс. до 500 тыс. евро в год. Второй тип – краткосрочные проекты, в одном проекте должно было участвовать не более трех государств; срок реализации – 24 месяца; ЕС финансирует до 50% от стоимости проекта, от 50 тыс. до 200 тыс. евро). Проекты программы «Культура» (2007–2013) создавались по трем приоритетным направлениям: поддержка социально-культурной деятельности (77% бюджета); поддержка европейских культурных сетей и организаций (около 10% бюджета); финансирование статистической, научно-исследовательской деятельности, касающейся сферы культуры (около 5% бюджета).

**Программа «Креативная Европа»**, вступившая в силу 1 января 2014 года, реализовывалась ЕС до 2020 года, ее бюджет составил 1,46 млрд. евро. В ноябре 2020 года **программа была продлена до 2027 года**, ее бюджет увеличился до 2,4 млрд. евро. Программа имеет свой сайт (<https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>) и аккаунты в Facebook, Twitter<sup>65</sup>.

Основной целью данной программы является содействие защите, развитию и геополитическому продвижению европейского культурного наследия через культурное и языковое разнообразие Евросоюза. Данная цель реализуется через систему трех взаимосвязанных задач. Во-первых, усиление конкурентоспособности культурного и творческого секторов экономики Евросоюза через использование возможностей цифровых и новых информационных технологий. Во-вторых, содействие устойчивому развитию культурной и креативной индустрии Евросоюза посредством создания новых рабочих мест, увеличения занятости и социальной вовлеченности граждан ЕС. В-третьих, расширение доступа культурной и креативной индустрии к международным аудиториям и рынкам сбыта посредством использования медиа-технологий.

Характерной чертой «Креативной Европы» является тот факт, что в ней могут участвовать не только члены ЕС, но и государства-участники европейской политики соседства – Македония, Черногория, Грузия, Молдова, Украина, Беларусь, Армения и многие другие, причем список не окончателен, он может быть дополнен. Кроме того, данная программа вобрала в себя многие культурные программы, ранее реализуемые Евросоюзом. В их числе – «Культурная столица Европы», «Культурное наследие»<sup>66</sup> и деятельность общеевропейской Федерации ассоциаций *Euroregion Nostra*<sup>67</sup> по популяризации и охране культурного наследия и природной среды Европы, а также программы-гранты в области литературы, архитектуры и др.

«Креативная Европа» (2014–2020) включала две подпрограммы – «Культура», на реализацию которой было потрачено 31% запланированного бюджета, и «Медиа», на которую было предусмотрено 56% выделенного бюджета. Оставшиеся 13% бюджета отводились на осуществление программ межсекторального взаимодействия, включавшего реализацию механизма финансовой гарантии *Creative Europe Desks*<sup>68</sup>. Программы межсекторального взаимодействия реализовывались по пяти направлениям: (1) проекты использования аудиовизуальных цифровых технологий в организации музейной, концертной деятельности и продвижении культурного наследия; (2) финансовая поддержка предприятий малого и среднего бизнеса, развивающих социокультурную сферу; (3) поддержка проектов по развитию городской социокультурной среды; (4) поддержка разработки междисциплинарных магистерских модулей, синтезирующих искусство и новые технологии; (5) поддержка культурных, аудиовизуальных и межотраслевых проектов, направленных на интеграцию беженцев в Европу<sup>69</sup>.

Среди реализованных проектов «Креативной Европы» (2014–2020) наибольший интерес представляют цифровые проекты – такие, как

«Библиотеки», «Европейская опера», «Creative Lenses». Так, проект «Библиотеки» был направлен на повышение доступности библиотек для всех слоев населения и усиление эффективности их работы в эпоху интернета. Цифровой проект «Европейская опера» реализовывался на онлайн платформе, содержащей не только информацию об истории европейской оперы, но трансляцию прямых эфиров выступлений, снабженных субтитрами на шести языках. В рамках проекта «Creative Lenses» шла подготовка активистов в сфере культуры; устраивались тренинги и конференции по продвижению европейской культуры. Этот проект вошел в каталог «Культура городов и регионов мира», в котором воссоздано свыше 70 примеров культурных мероприятий по всей Европе<sup>70</sup>. Каталог актуален поныне, как и большинство проектов «Креативной Европы», начатых в 2014 году. В их числе – не только провозглашение европейской культурной столицы, но и проведение литературных фестивалей, конкурсы в области архитектуры<sup>71</sup>. Кроме того, деление «Креативной Европы» на подпрограммы «Культура» и «Медиа» сохранилось в продленной версии программы, реализуемой в 2021–2027 гг.

На настоящий момент подпрограмма «Культура» имеет четыре базовых направления проектной деятельности. Первое – «Проекты культурного сотрудничества»<sup>72</sup>, нацеленные на поддержку взаимодействия между культурными организациями и творческими учреждениями в странах ЕС и за его пределами; данные проекты могут быть комплексными и междисциплинарными. Второе направление проектной деятельности называется «Литературные переводы»<sup>73</sup> и представляет собой ряд выдвигаемых издательствами инициатив по переводу и цифровому распространению и продвижению литературных произведений на рынках ЕС с целью увеличения количества читателей и расширения доступа к высокохудожественной европейской литературе. Третье направление – «Европейские сети»<sup>74</sup> – это комплекс проектов, осуществляющих поддержку развития социальных сетей, выступающих в качестве медийной платформы для продвижения и повышения конкурентоспособности культурных продуктов и креативных индустрий Евросоюза. В рамках данного направления реализовываются проекты повышения цифровой квалификации работников культуры. Четвертое направление называется «Европейские платформы»<sup>75</sup>. В его рамках осуществляется финансовая поддержка проектов, повышающих мобильность и узнаваемость творческих личностей, прежде всего, не имеющих международной известности. Кроме этого, осуществляется финансовая поддержка в организации международных гастролей, выставок, фестивалей и прочих мероприятий с целью стимулирования развития общеевропейских культурно-творческих программ.

Подпрограмма «Медиа» тоже реализовывается в четырех базовых направлениях. Направление «Обучение» содержит проекты, предусматривающие поддержку обучающих программ по формированию целевой аудитории с использованием цифровых технологий, по продвижению художественного контента и т.п. Направление «Кинофестивали»<sup>76</sup> содержит комплекс проектов, активизирующих интерес мирового сообщества к европейским аудиовизуальным произведениям, в том числе из европейского культурного наследия, через организацию рекламных кампаний и формирование достойного эстетического вкуса, прежде всего, среди молодежной аудитории. Направление «Развитие аудитории» включает проекты, повышающие эффективность продвижения и популяризации успешных европейских фильмов. Это должно осуществляться через организацию рекламных кампаний и посредством становления «кинематографической грамотности». Под последней понимается «программирование» сознания аудитории на восприятие подлинных европейских культурных ценностей<sup>77</sup>. В рамках направления «Доступ к рынкам» предлагаются проекты по расширению профессиональных возможностей и повышению эффективности деятельности производителей культурных продуктов в аудиовизуальном формате путем организации их доступа на международные рынки<sup>78</sup>.

В числе приоритетных для «Креативной Европы» были и остаются проекты двух типов. Во-первых, проекты, направленные на укрепление межнационального сотрудничества; сохранение и продвижение общеевропейского культурного наследия. Во-вторых, проекты, содержащие инновационные технологии и разработку оригинальных бизнес-идей и моделей повышения эффективности цифровой ретрансляции европейских культурных ценностей в мировом геополитическом пространстве. Очевидно, что оба типа проектов предполагают использование моделей организации социально-культурной деятельности в качестве инструмента конструирования благоприятного политического имиджа Евросоюза в пространстве международных коммуникаций. В целом его культурная политика содействует реализации долгосрочных целей ЕС, связанных с цифровой экономикой, образованием, эффективным менеджментом, социальной работой и созданием новых рабочих мест. К слову, отрасли экономики, связанные с культурой, создали более 7 млн. рабочих мест. К тому же за пределами Евросоюза культурная политика – это наглядная форма представления специфики европейской идентичности и создания привлекательного имиджа европейцев. Поэтому, несомненно, на современном этапе развития культура позиционируется ЕС как «центр международных отношений Европы», включающих «межкультурный диалог», в котором создание моделей устой-

чивого развития и стратегий национальной безопасности играет большую роль<sup>79</sup>.

Итак, начиная с 2000 гг. культура стала одним из центральных направлений не только внутренней, но и внешнеполитической деятельности ЕС. Используя культуру как инструмент «мягкой силы», Евросоюз через целевые программы, неуклонно увеличивая их бюджет, пытается не только решить проблему европейской идентичности, но и продвижения европейского образа жизни через общеевропейское культурное наследие и соответствующие ему культурные ценности. Характерным моментом этого процесса является то, что в него оказываются вовлеченными все больше стран, а не только государства-члены ЕС.

В связи с этим уместно говорить не о культурной политике, а о культурной дипломатии Евросоюза, для реализации общей стратегии которой «в феврале 2016 года» ЕС направил свои делегации, открыв «139 офисов по всему миру». Доктор политических наук Н.В. Еремина выделила «шесть финансовых инструментов», на которые опирается Евросоюз при реализации своей культурной дипломатии: «Инструмент Европейского соседства, Инструмент стабильности и безопасности, платформа “Креативная Европа”, Эразмус+, Европейский инструмент демократии и прав человека, Инструмент сотрудничества»<sup>80</sup>.

В каждой их перечисленных программ могут принимать участие, наряду с членами ЕС, правительства и представители гражданского общества из партнерских стран. При этом наиболее приоритетным для реализации механизмов культурной дипломатии является политика соседства, в которую входят программы Восточного партнерства. Именно по этим программам несколько постсоветских стран (Армения, Грузия, Молдова, Украина), а также Израиль и Тунис получили доступ к культурной программе «Креативная Европа».

Характерно, что в последнее десятилетие Евросоюз пристальное внимание обращает на межкультурное взаимодействие с Украиной. Так, на развитие межкультурного диалога с Украиной были направлены средства таких программ ЕС, как «Инвестиции в людей», «Средства технического взаимодействия», «Вклад в стабильность и мир». Все эти программы реализуются через инструменты культурного взаимодействия, но при этом нацелены на предотвращение политических конфликтов и повышение эффективности работы украинской администрации посредством реформирования украинского общества на основе европейских стандартов демократии и прав человека. В связи с этим примечательно, что культурная дипломатия ЕС не определяется национальной спецификой государств, с которыми он сотрудничает, а представляет собой некую «рамку» для реализации определенных программ.

Поэтому культурные программы для государств СНГ реализуются в контексте стратегии ЕС, актуальной, например, для стран Северной Африки. Главным в этой стратегии является продвижение культурных стандартов европейской цивилизации.

Таким образом, на настоящий момент, культура, как во внутренне-неполитической, так и в международной деятельности Евросоюза является довольно значимым инструментом в формировании европейской идентичности и положительного имиджа ЕС, а также в продвижении ценностей европейского культурного наследия. Выстраивая стратегии культурного развития, Евросоюз, в известной степени, «перезагружает» свой геополитический статус, так как длительное время был интересен для стран, стремившихся войти в него, как общее относительно стабильное экономическое пространство, в котором культура отнюдь не была объединяющим фактором в его развитии. На современном этапе существования культура для Евросоюза – это значимый фактор в решении не только социально-экономических и инновационных проблем, но и вопросов формирования и поддержания европейской идентичности с ее единством в многообразии, стабильности и безопасности.

## ТЕМА 4. ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АЗИИ И АФРИКЕ

---

### 4.1 Специфика организации досуга в мусульманских странах

Страны ислама находятся на территориях Ближнего Востока, Средней и Передней Азии, в Северной Африке. Некоторые из них являются преемницами культурных традиций древнейших цивилизаций Аравийского полуострова (Саудовская Аравия, Йемен, Оман, государства Персидского залива), Месопотамии (Ирак), древней Сирии, Финикии, Палестины (Сирия, Ливан, Иордания), древнего Египта (Египет). Некоторые исламские государства расположены на североафриканском побережье: речь идет о Ливии, Тунисе, Алжире и Марокко. Большую роль в истории ислама играют Иран и Турция, оказавшие влияние на формирование культуры Средней Азии и Кавказа, на территории которого находятся исламские страны, некогда входившие в состав СССР, – Азербайджан, Казахстан, Киргизия, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан. Другими словами, страны ислама разбросаны по Земле, их территории приходятся на разные континенты. Эти страны не связаны ни историческими, ни бытовыми традициями. Тем не менее, объединяет эти страны общая духовная культура ислама, обусловившая специфику их культурно-досуговой деятельности, во многом оформлявшуюся через диалог с западным миром, отношение к которому неоднократно менялось. Наметим вектор этих изменений.

Эпоха Средневековья породила в Испании Реконкисту и европейские крестовые походы, в ходе которых шло многовековое противостояние христианского и мусульманского миров. В ходе этого противостояния мусульмане не стремились подражать Западу. Напротив, Запад учился у Востока, перенимая знания по медицине, архитектуре, астрономии и литературе. Так, куртуазная поэзия трубадуров, воспевающая служение Прекрасной Даме, сложилась не без влияния средневековой персидской поэзии. В эпоху колониализма (XVI–XX вв.) западная цивилизация насаждала свой культурный стандарт, долженствующий стать для покоренных, в том числе исламских, народов образцом для подражания. Однако в середине XX века мусульманский мир Востока кардинально меняет свое отношение к Западу. Былое преклонение перед научно-техническим прогрессом вытесняется критическим отношением к западной культуре.

Подъем национально-освободительной борьбы на Востоке начался после окончания Второй мировой войны. В тот период были уничто-

жены колониальные режимы в Ливане, Сирии, Палестине, Иордании. В 1950–1960-е гг. на Востоке происходит рост национального самосознания, что привело к новым революционным событиям в восточных странах. В Египте в 1952 году была свергнута монархия и закончилась британская оккупация страны. В 1954 г. в Алжире вспыхнула восьмилетняя антиколониальная революционная война против Франции. Достижением независимости Ливия в 1951 году, а 1956 году – Марокко, Тунис, Судан. Была провозглашена республика в Ираке в 1958 году. Все это привело к ослаблению позиций Запада на Ближнем Востоке. И чем яростнее в бывших колониях критиковался Запад, тем активнее подчеркивалось значение ислама для национального объединения мусульманских стран.

Итак, концепция исламизации обозначилась в 1980–1990-е годы как отражение противостояния западничеству. Будучи основой идеологии мусульманских стран, исламизация проявилась как религиозно-политический процесс, обусловивший специфику понимания сущности современного исламского государства и современной мусульманской культуры. В контексте данных интерпретаций доисламские этапы развития стран Востока трактовались как эпоха варварства и грядущее процветание государств связывалось исключительно с исламом. В конце XX века происходит культурная самоидентификация стран Востока на основе ислама, что нередко в государственной политике приводило к искусственному обоснованию культурного изоляционизма.

В итоге, с точки зрения особенностей социокультурного развития, страны ислама можно классифицировать на **три группы**. Первая – страны с авторитарными режимами правления, политика которых базируется исключительно на исламских культурных ценностях. Вторая – страны, в политике которых гармонично соединены западноевропейские и исламские культурные ценности. Третья – страны, нестабильные в экономическом и политическом отношении, исповедующие исламские культурные ценности.

**Страны первой группы** (Бахрейн, Оман, Катар, Кувейт, ОАЭ, Саудовская Аравия и др.), благодаря природным запасам нефти и газа, прошли интенсивную ускоренную модернизацию экономики в 1970–1990-е годы и, создав основательную производственную и социальную инфраструктуру, при помощи нефтяного фактора сумели обеспечить себе устойчивое положение в системе международного разделения труда. Устойчивое настолько, что могут беспрепятственно поддерживать сакральные ценности исламской культуры без каких-либо очевидных вмешательств Запада. Гражданам стран первой группы предоставляется право на бесплатное образование, медицинское обслуживание.

В странах первой группы происходит демографическая революция. Это доказывает тот факт, что, например, население Саудовской Аравии за период с 1970 по 1985 гг. увеличилось с 5,8 млн. до 11,2 млн. человек, а к 2019 году утроилось от этих показателей и составляет 34,218 млн. человек. Средние показатели продолжительности жизни в Саудовской Аравии, согласно статистике ВОЗ, на 2020 год составили 74,8 года, в ОАЭ – 77,2 года, в Алжире – 76,4 года, в Бахрейне – 79,1 года, что сопоставимо с подобными показателями в такой развитой западной стране, как США (78,5 года)<sup>81</sup>.

Благодаря доходам от нефти, уровень благосостояния населения весьма высок. Например, национальный доход богатого эмирата Катара на душу населения в 2019 году был больше на 51 889 \$, чем национальный доход на душу населения в мире, и исчислялся в 11 336\$. Впрочем, страны Персидского залива на 2019 год показывали весьма высокие результаты по национальному доходу, который у Бахрейна составляет 36,5 млрд. \$, у Саудовской Аравии – 800,9 млрд. \$<sup>82</sup>. Данная ситуация сохраняется длительное время: в 2008 году Катар занимал первое место в рейтинге Международного валютного фонда (86670 \$ на человека), Кувейт – девятое (40943 \$ на человека). Такое положение вещей способствует интенсивному развитию социальной инфраструктуры. Вообще, капиталистический стандарт существования в странах первого типа гармонично сочетается с привычным исламским образом жизни, благодаря нефтяной финансовой «подушке безопасности».

Итак, экономика стран первой группы находится в состоянии стабильного роста в силу того, что зависит от нефтедобычи, имеющей кардинальное значение для функционирования мирового хозяйства. При этом некоторые страны предпринимают успешные попытки развития туризма: Саудовская Аравия практикует паломнический туризм, ОАЭ – культурный.

**Страны второй группы** (Египет, Марокко, Турция, Тунис и др.) в своей культуре достаточно гармонично соединяют светские западные и исламские культурные традиции, что обусловлено длительной историей их колониальной зависимости от западноевропейских стран. Так, в период колониализма в Тунисе, Каире, Александрии, Стамбуле и прочих средиземноморских городах европейцы открывали свои школы, театры, кинотеатры, издавали книги и журналы, приобщая местное население к европейской культуре и европейским языкам.

К 2020-м годам страны второй группы представляют собой не только государства преимущественно республиканского парламентского правления, но и территории с высоким уровнем урбанизации. Так, в Иордании – 91,2 % городского населения; в Ливане – 88,8%, в Турции –

75,6%, в Марокко – 63%, в Тунисе – 69,3%, в Египте – 42,7%, в Пакистане – 36,3%,<sup>83</sup>. Эти факты также свидетельствуют о сложном симбиозе исламских и западноевропейских социокультурных традиций в модели существования данных стран.

Особенности данного симбиоза наиболее ярко проявляются в жизнедеятельности таких стран, как Турция, Египет, Ливан, Пакистан. Отметим противоречия, проявляющиеся в дихотомичном существовании населения данных стран. Его нередко определяют «эффект яйца»<sup>84</sup>, который заключается в том, что белок и желток представляют собой единый организм, но в своем существовании не смешиваются друг с другом. С одной стороны, в рамках городской культуры население данных стран, особенно тех, форма правления в которых демократична, живет в соответствии со стандартами культуры общества потребления, окрашенными в национальный колорит. К их числу относятся: музыкальная поп-культура, теле- и киноиндустрия, доступный интернет, СМИ и СМК, мобильная связь, местная периодика и т.п. На политическом уровне признаками этой, трансформированной по западным стандартам, культуры выступает многопартийная система, европейское судопроизводство, демократические процедуры и т.д. С другой стороны, часть населения этих стран, преимущественного сельского, живет в соответствии с каноническими традициями исламской культуры. И, несмотря на активное взаимодействие городского и сельского населения, они существуют обособленно друг от друга, в соответствии с принятыми ими ценностными моделями поведения.

Итак, специфика культурного симбиоза в странах второго типа заключается в параллельном существовании двух типов населения: тех, кто живет по мусульманским традициям, и тех, кто отдал предпочтение европейской культуре. При этом идеи экстремизма и фундаментализма чужды странам второго типа, успешно развивающимся по капиталистическому пути, в силу притяжения западных стандартов образа жизни, не последнюю роль в которых играют гедонистические ценности общества потребления. Более того, эти страны активно эксплуатируют данную модель, так как процветание их экономики напрямую зависит от успешности проектов, связанных с международным туризмом, – таковы Турция, Египет, Иордания, Тунис и др.

**Страны третьей группы** (Афганистан, Сомали, Йемен, Судан, Мавритания, Иран) представляют собой государства с нестабильной экономикой, существующие в форме республики или исламской республики.

Иран в этом перечне занимает особое положение в силу того, что это на протяжении многих веков это государство, именуемое до 1935 года

Персией, играло большую роль для стран Востока. На 2021 год Иран обладает четвертой по размеру ВВП экономикой в исламском мире и, располагаясь в стратегически значимом регионе Евразии, а также имея крупные запасы нефти и газа, представляет собой технологически развитое государство. Иран можно назвать аграрно-индустриальной страной с развитой нефтяной и химической промышленностью, приносящей от 45% доходов в государственный бюджет. Уровень грамотности в Иране составляет 79%, урбанизации – 75,4%. Конституция Ирана гарантирует каждому гражданину, вне зависимости от нации и вероисповедания, социальную защиту, но при этом 40% населения живут за чертой бедности<sup>85</sup>. До 1979 года Иран был ориентирован на западные ценности, но после исламской революции, совершившейся под знаком антиамериканизма, внешняя политика Ирана кардинально поменялась. Причем речь идет не только об аннулированном диалоге с США, но и о сложных отношениях с мировым сообществом, обусловленных проводимой Ираном активной, зачастую экстремистской, пропагандой исламского образа жизни<sup>86</sup>. На основании последнего Иран был причислен нами к странам третьей группы.

Страны третьей группы, в силу наличествующей в них потенциальной опасности исламского экстремизма, вызывают у мирового сообщества крайне настороженное отношение к ним. Действительно, неблагоприятные климатические условия, мешающие развитию сельского хозяйства; отсутствие крупных месторождений нефти и газа; неразвитость промышленности и нестабильность экономики провоцируют социальные конфликты и вооруженные столкновения в странах третьего типа. Отсутствие развитой инфраструктуры отнюдь не способствует развитию международного туризма в этих странах с богатейшей национальной историей.

Кроме того, в данных странах невысок уровень развития городов. Согласно статистке, предоставленной Urban Population Index на март 2021 года, уровень урбанизации в Афганистане составил 25,8% от населения страны, в Сомали – 45,6%, в Йемене – 37,3%, в Мавритании – 54,5% и т.п. Иначе говоря, большинство населения этих стран – сельские жители. Кроме того, по данным МВФ, в 2021 году ВВП на душу населения в Йемене составил 453 \$, а долг на душу населения – 1402\$; аналогичные показатели в Афганистане составляют соответственно 480 \$ и 137 \$; Судан – 1167\$ и 8875\$, Сомали 316\$ и 0\$<sup>87</sup>. Очевидно, что население этих стран живет крайне бедно.

Итак, взаимодействие двух факторов – патриархальность и бедность существования – способствует тому, что в этих странах сельский и городской образы жизни практически неразличимы и неизменны на

протяжении длительного времени. Этому способствует также безусловное доминирование в странах третьего типа ценностей культуры ислама, продвижение которых нередко приобретает не только экстремистский, но и консервативный характер. Так, в этих странах крайне отрицательно относятся к распространению новых информационных технологий; как правило, блокируются сервисы facebook, youtube и пр. т.п. как противоречащие шариату и исламу. Негативное отношение распространяется на западную музыку и кинематограф; их трансляция запрещена по радио и ТВ-каналам. В этих странах проводится политика неравенства полов, существует уголовное преследование гомосексуализма и публичные казни отступников от ислама. В целом страны третьей группы ориентированы на исламские ценности и крайне негативно относятся к западным формам проведения досуга.

**Особенности организации досуга в мусульманском мире определяются сакральными принципами ислама** и обусловлены двумя подходами к свободному времени – как **пассивному** и **активному** времяпрепровождению. Такое восприятие свободного времени существует у всех народов мира, однако для мусульманских стран имеет свою специфику.

В странах ислама **преобладают пассивные формы проведения досуга**, что определяется, по меньшей мере, двумя причинами, первая из которых связана с ритуальными практиками ислама, вторая имеет прагматический характер, связанный со спецификой географической среды. Рассмотрим оба фактора подробнее.

Первый фактор связан с убежденностью мусульман в том, что пассивные формы проведения досуга в странах ислама восходят к пророку Мухаммеду, уединявшемуся для размышлений об Аллахе и мироздании. При таком подходе пассивные формы досуга как созерцания связываются с духовно-интеллектуальным проведением свободного времени мужским населением мусульманских стран. Но не только мужского, ибо молитва в исламе как форма общения с Аллахом является важной частью досуга.

Намаз, представляющий собой пятикратный акт поклонения Аллаху в форме молитвы, является вторым из пяти столпов ислама. Столпы ислама, обязательные для правоверного мусульманина, кроме намаза, образуют: шахада – декларация веры, состоящая из исповедания единобожия и признания пророческой миссии Мухаммеда; ураза – пост во время месяца Рамадан; закят – религиозный налог в пользу нуждающихся; хадж – паломничество в Мекку. Среди пяти столпов ислама намаз – это ежедневный ритуал, состоящий из обязательной молитвы, совершаемой пять раз в день. Так, мусульманин обязательно должен

совершать предрассветную (фаджр), полуденную (зухр), послеполуденную (аср), вечернюю (магриб) и ночную (иша) молитвы. Существует также дневная пятничная молитва, совершаемая в мечети, и праздничная молитва (Ид), совершаемая мусульманами в праздничные дни Курбан-байрам и Ураза-байрам.

Кроме того, существуют правила чтения намаза, как для мужчин, так и для женщин. Ибо, чтобы читать правильно намаз, нужно не только знать слова, порядок и последовательность действий, но и строго следовать правилам в исполнении этих действий, без соблюдения которых намаз не может считаться действительным, истинно совершенным. Обязательные действия в намазе называют фардом, желательные ваджибами. Некоторые фарды совершают до начала чтения намаза, а другие фарды и ваджибы соблюдаются в процессе чтения намаза.

В ряде мусульманских стран за соблюдением не только правил социального поведения, но и религиозных норм следит мутава – исламская религиозная полиция. Эта полиция нравов действует от имени национальных или региональных властей, руководствуясь законами шариата и исполняя решения шариатских судов, вплоть до приведения в исполнение смертной казни. Исламская религиозная полиция наличествует в таких странах, как Афганистан, Иран, Малайзия, Нигерия, Саудовская Аравия, Судан и др.

В связи с вышесказанным, необходимо помнить, что мечеть для мусульман представляет собой не только место для совершения молитв, но и место для проведения общественных мероприятий. Прежде всего, это место, где собираются мужчины для дружеского общения и обсуждения значимых вопросов, а нередко и даже для послеполуденного отдыха. И здесь важно упомянуть о втором факторе, обусловившем приоритетность пассивных форм досуга в мусульманских странах. Этот фактор носит географический характер и связан с тяжелыми климатическими условиями, нередко проявляющимися в чрезмерной засушливости и высоких температурах воздуха. Например, в Саудовской Аравии температура летом превышает 50°C. Такие условия не располагают к физическим нагрузкам, зато способствуют длительному физическому восстановлению организма, вследствие чего в исламских странах очень популярны послеполуденный сон, просмотр телепередач, общение с родственниками и друзьями.

К популярным формам пассивного досуга в мусульманских странах относят садоводство, конструирование у мужчин, рукоделие у женщин, а также прикладное творчество, реализующееся в орнаменталистике и каллиграфии.

**Активные формы досуга** проявляются по-разному в мусульманских странах с высоким уровнем секуляризации культуры, в которых они ориентированы на прозападные образцы (страны второй группы), и в традиционных странах ислама, где досуг организуется в соответствии с этикой Корана.

Несомненно, активные формы досуговой деятельности в мусульманских странах также определяются сакральной этикой ислама. Сущность исламской этики отчетливо проявляется в 95 суре Корана – «Смоковнице». Здесь наличествуют слова, определяющие смысл земного пути истинного мусульманина: «Мы сотворили человека в прекраснейшем облике. Потом Мы низвергнем его в низжайшее из низких мест, за исключением тех, которые уверовали и совершали праведные деяния. Им уготована награда неиссякаемая. Что же после этого заставляет тебя считать ложью воздаяние? Разве Аллах не является Наимудрейшим Судьей?» (Коран 95: 4–8)<sup>88</sup>. Это значит, что сотворенный Аллахом мусульманин не только обладает прекрасным обликом, разумом и различными талантами, но, прежде всего, должен использовать свои способности только в повиновении Аллаху, совершая праведные деяния. Поэтому истинный мусульманин должен жить в соответствии с Шариатом – комплексом предписаний, закрепленных в Коране и сунне пророка Мухаммеда, формирующих и определяющих религиозные убеждения, нравственные ценности и нормы повседневной жизни мусульман.

Значит, «развлечения у мусульман всегда должны оставаться в рамках дозволенного (халяль) или нейтрального (мубах). При этом «любые игры и забавы, противоречащие сунне, считаются неправильными», ибо «для человека достаточно того, что разрешил ему Аллах, а потому нет никакой нужды совершать запретное (харам)»<sup>89</sup>. Поэтому, в соответствии с границами, устанавливаемыми исламом, можно выделить два вида развлечений, дозволенных для мусульман. Во-первых, это развлечения, имеющие цель или пользу; во-вторых, – народные игры и забавы, восходящие к древним национальным традициям. Так, к числу данных праздников относятся не имеющие прямого отношения к исламским обычаям праздник Новруз, а также два главных мусульманских праздника – праздник разговения (Ураза-байрам) и праздник жертвоприношения (Курбан-байрам). Что касается развлечений, имеющих целесообразность, то здесь уместно привести пример, связанный с таким хобби, как охота или рыбалка. Согласно нормам ислама, рыбалка и охота на животных, мясо которых, по шариату, разрешено употреблять в пищу, является дозволенным действием только в том случае, если приносит пользу. Если охота или рыбалка осуществляются как развлечение и хобби, то они переходят в разряд действий, запрещенных шариатом.

Поэтому, во избежание греха, улов и дичь нужно отдать тем людям, которые нуждаются в них как в пище.

Исходя из этических принципов ислама, можно систематизировать **три тенденции** организации культурно-досуговой деятельности в мусульманских странах.

**Первая тенденция** связана с **кардинальными отличиями в организации досуга мусульманских женщин и мужчин**. Отличия их досуговых моделей обусловлены предписаниями шариата, которые определены в четвертой суре Корана «Женщина», в частности, в следующих словах: «Мужчины являются попечителями женщин, потому что Аллах дал одним из них преимущество перед другими и потому что они расходуют из своего имущества. Праведные женщины покорны и хранят то, что положено хранить, в отсутствие мужей, благодаря заботе Аллаха. А тех женщин, непокорности которых вы опасаетесь, увещивайте, избегайте на супружеском ложе и побивайте» (4:34). Итак, согласно мусульманской традиции, различия гендерных ролей базируется на том, что жена полностью подчинена мужу; она реализуется исключительно в семейной жизни – как жена и мать, поэтому ее роль сводится к воспроизводству потомства, уходу за детьми, улаживанию супруга и сохранению семьи. Тогда как роль мужчины состоит в финансовой поддержке и обеспечении семьи.

Поэтому мусульманки проводят свой досуг дома, следуя всем предписаниям Корана и ведя здоровый образ жизни. Кстати, в мире ислама большое внимание уделяется приготовлению еды. Пища должна быть свежеприготовленной, из натуральных и качественных продуктов. Разогревание еды для мусульман не приемлемо. Конечно, вопросы кулинарного мастерства и ухода за детьми находятся в ведении жен, сестер и матерей, несмотря на то, что состоятельные семьи могут позволить себе услуги нянь и прислуги. Свободное время мусульманки могут проводить за общением с родственницами и соседками, а также за рукоделием, используя различные техники (плетение, вязание и т.п.) и различные материалы (бисер, нитки, глину, бумагу, воск, ткань и т.п.). Состоятельные мусульманки могут собираться на закрытых женских «вечеринках», демонстрируя драгоценности и дорогие наряды как показатели щедрости и успешности их мужей. Они могут посещать женские фитнес-клубы и салоны красоты, но при этом никогда не должны выходить за рамки норм ислама, в котором, в числе прочих, существует запрет на обнажение тела, как для женщин, так и мужчин.

Мужчины-мусульмане организуют свой досуг за пределами дома, и это не только мечети, но и многофункциональные учреждения, которые у различных народов называются то чайханой, то клубом, то домом

холостяков. Такие заведения синтезируют в себе просветительную, развлекательную и общественную виды деятельности, развивающих в их посетителях и членах чувства солидарности и сплоченности. В конечном счете, это определяет тот факт, что подобные заведения в исламском мире стояли у истоков идеологических движений, менявших политический облик страны. Только мужчины посещают выставки, фестивали и прочие тому подобные общественные мероприятия.

Итак, досуговые пространства мужчин и женщин в мусульманском мире существуют параллельно. Исключения составляют исламские страны с высоким уровнем секуляризации – например, как Турция. Здесь существуют прозападные формы организации досуга, включающие и туристические поездки, и семейные пикники, и отдых женско-мужской компанией с употреблением алкоголя.

**Вторая тенденция** организации досуга в исламских странах заключается в непонимании развивающего потенциала свободного времени. В основе этого непонимания находятся три фактора.

Во-первых, отсутствие стремления к самообразованию обусловлено тем, что в мусульманских странах **не развиты традиции культуры чтения**. Так как ликвидация безграмотности у мусульман произошла в 1960-е годы и хронологически совпала с развитием телевидения, традиции аналитического чтения у них не сформировались. На настоящий момент ведущей формой досуга, сочетающей отдых и развлечение, для них является просмотр телепрограмм. Это не только пассивное времяпрепровождение, но и потребление информации в «наглядной» и калейдоскопичной форме, что создает эффект манипуляции массовым сознанием. Во-вторых, **отсутствует стремление к самореализации через искусство**, которое низведено до уровня **прикладного творчества**, проявляющегося в орнаменталистике, каллиграфии, обустройстве быта. Отчасти такое положение вещей обусловлено рядом запретов, существующих в исламе, среди которых – запреты на изображение людей и животных, на театр и лицедейство, на музыкальные инструменты и светские песнопения. Отчасти такая ситуация сложилась из-за того, что мусульманин не видит в искусстве, прежде всего, целесообразную, приносящую пользу деятельность, а потому не рассматривает его как форму реализации своих демиургических амбиций. Этим тоже обусловлен прикладной аспект искусства в досуге мусульман. В-третьих, **отсутствует стремление к физическому самосовершенствованию через занятия спортом**. Незрелость индустрии фитнеса в странах ислама обусловлена не только изнуряющее жарким климатом, но и существующими в исламе запретами на обнажение тела, как женского, так и мужского. Последний фактор можно назвать определяющим, так как за-

ниматься спортом в традиционных мусульманских одеждах крайне затруднительно.

**Третья тенденция** культурно-досуговой деятельности в странах ислама связана с достаточно **отрицательным отношением к развлекательным и игровым формам досуга**. В силу существующего в шариате запрета на алкоголь, азартные игры и обнажение тела, в мусульманских странах не распространены ни казино, ни дискотеки и бары. Исключение составляют секуляризованные государства второй группы, в которых развит международный туризм и соответственно, прозападная индустрия развлечений.

**Отношение к музыке** в странах ислама противоречивое и является предметом богословской полемики. В странах, живущих по законам шариата – таким как Саудовская Аравия, Сомали, – любые музыкальные инструменты запрещены как насаждающие в обществе неисламские ценности, в числе которых пение, танцы и удовольствия, получаемые от них. Впрочем, некоторые правоверные мусульмане допускают наличие музыкальных инструментов, издревле использовавшихся в народных обрядах. Таков маленький барабан ад-дафф, под звуки которого игрались мусульманские свадьбы. Игра на других музыкальных инструментах считается харамом, ибо разжигает зов плоти и призывает к греху, а значит, не приемлема в исламе. Дозволено слушать только мусульманские нашиды – песнопения, исполняемые без сопровождения музыкальных инструментов мужским соло или хором. Причем при исполнении нашида обязательно должны соблюдаться следующие условия: соблюдение законов Аллаха, духовное содержание и отсутствие музыкального сопровождения. Более того, нашид не должен исполняться на мотив песни, содержащей непристойное содержание.

Несмотря на то, что четко сформулированного запрета на **танцы** в исламе нет, к этой форме проведения досуга в мусульманском мире неоднозначное отношение. Насчет танцев мнения мусульман сильно различаются и зависят от страны и степени консерватизма в исповедовании ислама, вида танца и места, где танцуют. В мусульманском мире однозначно негативное отношение и осуждение обществом танцев может вызвать только в двух случаях. Во-первых, парные танцы неженатых мужчины и женщины, так как танец в паре предполагает прикосновения, которые в исламе запрещены людям разного пола, не состоящим в браке и не являющимся друг другу близкими родственниками. Во-вторых, вульгарные танцы, сопровождающиеся непристойными телодвижениями, вызывающими сексуальное желание. На этом же основании мужчины не должны смотреть на танцующих женщин, а женщины – на танцующих мужчин.

Отсюда следует главное требования для танцев в исламе: мужчины и женщины должны танцевать отдельно друг от друга. При этом у танцоров должны быть закрыты все места аурата, т.е. для женщин – это все тело, кроме овала лица и кистей рук, а у мужчин – место от пупка до колен. К тому же во время танцев не должны исполняться песни, возбуждающие низменные желания.

Однако ситуация меняется в случае народных праздников и фестивалей народного искусства, воспроизводящих национальные традиции, которые значительно старше религиозных учений. В случае концертных выступлений запрет не актуален, и появляется возможность смотреть традиционные народные танцы с участием танцоров противоположного пола, но обязательно с соблюдением требования закрывать части тела, которые мусульмане обязаны прикрывать перед другими людьми. Если говорить о народных доисламских и исламских праздниках, то танцы издревле считались обязательной частью праздника, например, такого, как свадьба. Весьма популярны танцы, исполняемые группами людей одного пола, которые соединены в круг или выстроились цепочкой и двигаются, отбивая ритм ногами или хлопая в ладоши. У мужчин такие танцы нередко происходят в мечети. Нередко мужчины танцуют с холодным оружием. Но во всех случаях, согласно законам ислама, танец не может сопровождаться музыкой.

Характеризуя отношение мусульман к танцам, невозможно не упомянуть о так называемом «танце живота». Данный танец возник как пример адаптации восточных традиций к западной индустрии развлечений. В 1926 году в Каире, входившем в английскую колониальную империю, был открыт ночной клуб «Opera Casino» по аналогии с европейскими кабаре. Традиционно считается, что танец живота создала хозяйка этого заведения Бадия Масабни, создав сольную импровизацию по мотивам восточного колорита. На сегодня существует множество школ, обучающих этому чувственному танцу. В исламских странах второго типа танец живота – часть индустрии развлечений. Так, в экономике Египта танец живота находится на втором месте после прибыли от разрешения судоходства по Суэцкому каналу, туристического сектора, экспорта нефти и хлопка и вносит в государственный бюджет ежегодно от 250 до 400 млн.\$, причем исполнительницы танца живота платят обязательные налоги<sup>90</sup>. Поэтому не корректно относить этот танец к исконным народным танцам мусульман.

Если говорить об **азартных** и **игровых** формах проведения досуга, то необходимо упомянуть о **социальной дифференциации досуговых форм**, существующей в странах ислама. В связи с этим отметим, что излюбленными досуговыми занятиями состоятельных мусульман и

восточной знати являются верблюжьи бега, скачки арабских жеребцов, соколиная охота, уходящие своими истоками в далекую древность. При этом следует помнить, в мире ислама никаких тотализаторов не существует и никто не делает ставки на состязающихся животных.

Что касается верблюжьих бегов, то они традиционно проводятся с октября по апрель. Верблюды состязаются на расстоянии до 10 км, бегая по овалному треку. На нынешний момент верблюжьи бега – это не столько вид спорта, сколько прибыльный бизнес. Большое значение и на верблюжьих бегах, и на скачках имеет родословная животного, что является предметом гордости их владельцев. Но самой престижной формой досуга является соколиная охота, распространенная в Саудовской Аравии, Кувейте, Бахрейне и др. Данная форма досуга «подключена» к индустрии туризма, о чем, к примеру, свидетельствует, что факт, что в Дубае наличествует соколиный центр, включающий рынок, музей, соколиную больницу и площадку продажи ловчих птиц. Причем купить ловчего сокола может себе позволить только богатый человек, так как стоимость птицы иногда превышает 100 тысяч \$.

Собственно, в случае с игровыми и спортивными формами проведения досуга особо следует выделить страны первого типа. В них, несмотря на сохранение исламских ценностей, благодаря стабильной экономике и развитой инфраструктуре, большую роль играют досуговые формы, порожденные западной цивилизацией. Поэтому в данных странах наличествует соединение восточного колорита с благами и ценностями общества потребления. Кроме верблюжьих бегов и соколиной охоты, здесь активно наличествуют другие формы активного досуга. Например, в Кувейте расположено шесть стадионов мирового класса, около двух десятков морских клубов. В ОАЭ наличествует большое количество теннисных кортов, гольф-клубов, яхт-клубов, футбольных полей, боулинг-клубов и дайв-центров. В Катаре преобладают водные виды спорта: подводное плавание, регаты, серфинг.

Таким образом, специфика организации социально-культурной деятельности в мусульманских странах заключается не только в обусловленности досуговых форм сакральными принципами ислама, но и в вопиющей социальной дифференциации в проведении свободного времени бедными и богатыми людьми этих государств.

#### **4.2 Развитие «культурных индустрий» как реализация доктрины «мирного возвышения Китая»**

Китай является социалистическим государством, расположенным в Восточной Азии, занимающим третье место по территории, уступая

первенство России и Канаде, и первое по численности населения<sup>91</sup>. С 1949 года, момента образования Китайской Народной Республики, правящей партией в нем является Коммунистическая партия Китая (КПК). КНР – ядерная и космическая держава, экономика которой по объему ВВП в составленном ООН рейтинге мировых экономик на 2020–2021 годы находится на втором месте после США<sup>92</sup>.

Китай обладает наибольшим в мире золотовалютным резервом, являясь мировым лидером по производству большинства промышленной продукции. На стабильность геополитических позиций Китая указывает его членство в таких международных структурах, как ООН, БРИКС, АТЭС, G20, ШОС, ВТО.

В то же время Китай представляет собой одну из древнейших цивилизаций мира, которая в течение тысячелетий **развивалась обособленно**. На сознательную обособленность Китая от природно-стихийного образа жизни окружающих его «варварских земель» указывает, по меньшей мере, три факта.

Во-первых, одно из древнейших названий КНР – «Чжун-го» (Средняя империя) – отражает особенности «географической самоидентификации» древних китайцев, согласно которой Китай находится в центре (середине) Земли, окруженный прочими землями и племенами. В современности данная самоидентификация нашла отражение в том, что большинство населения Китая составляют этнические китайцы.

Во-вторых, многовековое строительство «великой китайской стены» как непреодолимого барьера между миром китайской цивилизации и северными племенами, находившимися на более низкой ступени развития и угрожавшими независимости Китая.

В-третьих, наиболее ярким проявлением консервации китайской культуры является иероглифическая письменность, отражающая образное, целостно-синтетическое восприятие мира и человека.

Большую роль в культурном архетипе Китая играет **конфуцианство как государственная религия**, господствующая в существовании Поднебесной более двух тысяч лет. Конечно, в истории Китая были контакты с цивилизациями Индии и Тибета, а сам Китай оказывал социокультурное влияние на Вьетнам. В XVI веке произошло знакомство с европейскими культурными традициями, не оказавшими существенного духовно-идеологического воздействия на Китай.

В основном особенности духовно-интеллектуальных и идеологических основ китайской цивилизации определялись противостоянием сакральных ценностей, определяющих ее духовную сущность. Так, с 202 г. до н.э. по 200 г. н.э. в Китае доминировало конфуцианство, затем до 1000 г. – буддизм, потом вновь конфуцианство, а с приходом монго-

лов в 1281 г. – снова буддизм. После прихода маньчжуров с 1644 г. в Китае вновь укрепляет свои позиции конфуцианство. Итак, **конфуцианство как сакральная основа идеологии Китая** определяет такие **характерные черты китайского менталитета**, как законопослушность, почитание старших по возрасту и социальному положению, понимание жизни как пути человека (дао) через постоянное самосовершенствование.

Сущность дао в конфуцианстве заключается в гармонии инь и янь, а также в почитании Неба, Земли и духов умерших предков. Бог отсутствует в конфуцианской системе мироустройства. В связи с этим считается, что каждый человек способен, используя внутренние силы и резервы, улучшить личную и общественную жизнь. Именно этим определяется земной характер конфуцианства. Государство для последователей конфуцианства создано по принципу семьи, с целью заботы о подданных. Справедливость государственного устройства заключается в иерархии, ибо благородные люди («цзюнь-цзы») наделены властью, которой должны подчиняться все остальные. В существовании, как государства, так и семьи, действует этический принцип сяо – сыновней почитательности, уважения к родителям и старшим людям – старшим по возрасту и (или) по статусу. В организации семьи тоже должна соблюдаться иерархия: младшие повинуются старшим, жена – мужу. Существование носителя конфуцианских добродетелей («цзюнь-цзы») включают в себя пять этических основ. Во-первых, «жэнь» – гуманное отношение к окружающим, проявляющееся как «чжун» – уважение и верность к другим, особенно старшим, и «шу» – проявление заботы об окружающих. Во-вторых, «и» – справедливость как готовность к выполнению своего призвания (долга). В-третьих, «ли» – следование ритуалам как установленному порядку действий, независимо от жизненной ситуации. В-четвертых, «чжи» – мудрость и благоразумие. В-пятых, «синь» – искренность, помогающая проявиться человечности через дела во имя других людей.

Итак, конфуцианство обуславливает такую характерную черту китайской культуры, как **регламентацию жизни Китая** на протяжении веков, проявляющуюся не только в искусстве «фэн-шуй» и в этикете «китайских церемоний», но и в следовании человека **закону**, вопреки истине и ситуации. Почти функциональное следование человека закону, благодаря которому акцент в национальном самосознании китайцев смещен в сторону **коллектива**, а не личности, объясняет факт многовековой истории Китая, в которой устойчиво и стабильно «уживаются» традиционалистская культура, насчитывающая свыше 5000 тысяч лет,

конфуцианство, буддизм, коммунистическая партия, социалистическая республика, рыночная экономика и инновационные технологии.

Учитывая данную специфику китайского культурного архетипа, необходимо отметить, что культурно-досуговая деятельность данной страны, насильственно «открытой» Европой в XIX веке, в процессе «опиумных войн», имеет свои уникальные особенности. В связи с этим необходимо подчеркнуть, что и европейские миссионеры, и русские путешественники, познакомившиеся с Китаем на рубеже XIX–XX вв., осознавали, что способы свободного времяпрепровождения, принятые в Китае, кардинально отличались от тех моделей досуга, к которым они привыкли. Так, немецкий философ И.Г. Гердер смотрел на Поднебесную как на «набальзамированную мумию», а российский дипломат И.Я. Коростовец считал «китайские церемонии» проявлением «монотонности обыденной жизни» этого народа.

Ю.Г. Благодер, подытоживая высказывания российских путешественников о Китае рубежа XIX–XX вв., отметила ряд тенденций, выявленных ими при характеристике культурно-досуговой сферы китайцев. Во-первых, «публичных и семейных собраний, балов, концертов или светских раутов у китайцев не бывает». Во-вторых, встреча гостей и приемы проходят с соблюдением «китайских церемоний», в которых «этикет разработан до мельчайших тонкостей», причем даже небольшое отступление от него «бывает причиной негодования, ссор и наказания». В-третьих, китайцы любят отдыхать в летних ресторанах, где «играют в шахматы, занимаются разгадыванием загадок и поэтическим творчеством». В-четвертых, китайские усадьбы и сады являются вершиной человеческого облагораживания природы, и в этом умении китайцы превосходят другие народы. При этом китайское искусство сада немыслимо без архитектурных сооружений, в которых воссоздаются различные модели существования человека: «семейные отношения и досуг, труд и искусство, созерцание и общение». В-пятых, российские путешественники подмечают любовь китайцев к птицам, которых «носят повсюду с собой, хотя бы они шли по делу или на работу». В-шестых, излюбленными формами игр китайцев являются бои сверчков, а также всевозможные «простые и бесхитростные состязания», такие как бег в мешках, лазание на высокую мачту; «бой подушками, набитыми сеном». В-седьмых, излюбленной формой досуга для китайцев является театр, который «скорее напоминает у них клуб» в силу того, что существует без декораций, занавеса, кулис. Русские путешественники отмечали, что китайский театр представляет собой «оригинальное огромное искусство», насчитывающее «верных две тысячи лет» и «сохраняющее свой облик нетронутым по сей день»<sup>93</sup>. Итак, на рубеже XIX–XX вв. российские

путешественники рассматривали культурно-досуговую жизнь Китая через призму европейской модели досуга. Они характеризовали многие развлечения китайцев как «бесхитростные» и «наивные», понимая при этом, что перед ними – богатейший мир культуры, существующей по иным законам. Спустя сто лет отношение к Китаю в мировом сообществе и, прежде всего, у России – кардинально изменилось.

Отношения Китая и России в XXI веке развиваются весьма продуктивно. Согласно комментарию печатного органа КПФ – ежедневной газеты «Жэминь жибао», «китайско-российские отношения выдержали испытания переменами на международной арене и стали стабилизирующей силой в современном мире». В газете приведены слова министра иностранных дел Ван И, сказанные им по итогам рабочей встречи с министром иностранных дел РФ Сергеем Лавровым, произошедшей 22–23 марта 2021 года в городе Гуйлинь, на территории Южного Китая. Ван И подчеркнул, что отношения двух держав выдержали испытания временем и переменами «благодаря тому, что обе стороны всегда придерживаются принципов неприсоединения, неконфронтации и ненаправленности против третьих сторон, уважая ключевые интересы и озабоченности друг друга». На встрече было решено продлить Договор о добрососедстве, подписанный 16 июня 2001 года. Договор, по мнению Ван И, «заложил прочную правовую основу для здорового и устойчивого развития китайско-российских отношений и придал мощный импульс для повышения качества и уровня сотрудничества между двумя странами». При этом сотрудничество КНР и РФ должно активизироваться в условиях пандемии covid-19 и мирового кризиса. По образному выражению официального представителя МИД КНР Хуа Чуньин, «Россия и Китай, стоя плечом к плечу в тесном сотрудничестве и решительном противостоянии гегемонии и запугиванию, служат оплотом мира и стабильности во всем мире»<sup>94</sup>.

Говоря о «гегемонии и запугивании», представители китайских властей имеют в виду проводимую Западом политику навязывания мировому сообществу трансатлантической модели существования как единственно верной и политику «двойных стандартов». Это в первую очередь касается США – «маяка демократии», который «систематически нарушает права человека»<sup>95</sup>. В настоящий момент США и КНР находятся в условиях «жесткой конкуренции». Так, 25 марта 2021 года президент Джо Байден провел пресс-конференцию, в ходе которой заявил о необходимости подавления решимости КНР превзойти США». На следующий день, 26 марта 2021 года представитель МИД КНР ответил на это заявление тем, что «Китай никогда не ставил целью превзойти США, но полон решимости постоянно превосходить себя, становясь

своей лучшей версией». Более того, Китай, выстраивая дружественные отношения с другими странами, в том числе с США, надеется не только на «уважение друг друга, позитивное взаимодействие и развитие взаимовыгодного сотрудничества», но и на «постоянное превосходство и совершенствование самого себя»<sup>96</sup>.

Данные факты свидетельствуют как о том, что Китай является одной из ведущих фигур современной геополитики, так и об уникальности китайской культуры. Специфика данной культуры трудна для понимания Западом, прежде всего, потому, что менталитет западного человека базируется на рациональном логоцентризме и исходит из принципа объективности, анализируя мир через оппозицию «мы ↔ чужие». На уровне внешней политики это приводит к созданию единого пространства, существующего по «стандартам» трансатлантической цивилизации, наглядным подтверждением чего являются процессы глобализации. Что касается китайского отношения к миру, базирующегося на принципах даосизма и конфуцианства, то для него характерно восприятие мира через соотношение «мы и другие», поэтому китайская модель геополитического существования исключает стандартизацию и унификацию, так как основана на гармоничном сосуществовании множества различных культурных моделей. И основным инструментом, с помощью которого руководство КНР выстраивает гармоничный мир сосуществования народов, является национальная культура Китая.

12 декабря 1985 года КНР ратифицировала «Конвенцию об охране Всемирного культурного и природного наследия», и в 1987 году список ЮНЕСКО пополнился первыми объектами на территории Китая. На 2021 год в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО включены 52 наименования артефактов из КНР. При этом 60 объектов предложены правительством Китая в качестве кандидатов на занесение в список всемирного наследия<sup>97</sup>.

Эти факты не только свидетельствуют о колоссальном значении китайской культуры, насчитывающей 5000 лет, для жизни мирового сообщества, но и позволяют рассматривать китайскую культуру как инструмент стратегического планирования внешней политики Китая. Такая модель была задействована во внешнеполитических стратегиях КНР начала XXI века: «мирное возвышение Китая» (2003), «гармоничное развитие Китая» (2007), «построение могущественного культурного государства в Китае» (2012), «развитие культурных индустрий в Китае» (2016), «наступление эпохи досуга в Китае» (2020) и др.

Данные стратегии были обоснованы политической концепцией «мягкой силы», заимствованной из западных источников, но существенно переосмысленной китайскими учеными. Выражение «мягкая

сила» ввел в научный оборот Д. Най в книге «Bound to Lead: The Changing Nature of American Power» (1990). Американский политолог использовал данный термин применительно к современной Америке, продемонстрировав, что язык и культура страны – это «мягкая сила», создающая ее привлекательный политический имидж и тем самым, через формирование международных отношений на основе симпатии и сотрудничества, определяющая направление развития мировой политики. Кроме Д. Ная, культурологические аспекты современной геополитики поднимали в своих трудах такие западные ученые, как С. Хантингтон, З. Бжезинский, А. Вендт и др.

В 1993 году в КНР вышла в свет статья профессора Ван Хунина «Культура – “мягкая власть” государственной мощи»<sup>98</sup>, положившая начало многочисленным изысканиям китайских ученых в этой области. Адаптация западной концепции «мягкой власти» к китайским реалиям становится центральной проблемой работ Дань Шилян, Ли Минцзяня, Го Цземиня, Чжан Гоцзо, Чжэн Бяо, Гао Чжаньсян и др. Согласно статистике китайской Национальной академической электронной базы, в КНР в период с 1997 по 2007 годы было опубликовано 518 работ, содержащих термины «мягкая сила» и «мягкая власть». В период с 2008 по 2013 годы появилось более 2000 работ на данную тематику. Более того, количество подобных работ продолжает расти, причем исследования «мягкой силы» культуры в КНР «носят фундаментальный, системный и масштабный характер, постепенно приобретая статус отдельного научного направления»<sup>99</sup>.

Труды китайских ученых, посвященные концепции «мягкой силы», полемичны, и в них отчетливо представлены два направления, которые условно можно назвать «культурным» и «политическим». При этом в обоих направлениях признается роль медиакоммуникаций в создании положительного имиджа КНР и утверждается необходимость разрушить монополию Запада на формирование мировой повестки дня. Итак, чтобы быть великим в информационном обществе, Китай должен сам создавать общественное мнение и управлять им, а не пассивно следовать за западными коммуникативными манипуляциями. Разрабатывая модель «мягкой силы», ученые КНР исходили из идей привлекательности, универсальности, внутренней открытости, самодостаточности и конкурентоспособности китайской национальной культуры как основы данной модели.

Таковы теоретические послышки внешнеполитической доктрины КНР «Мирное возвышение Китая», которая была провозглашена на XVI съезде КПК в ноябре 2002 года и получила концептуальное обоснование в документах III Пленума ЦК КПК XVI созыва, состоявшегося в

октябре 2003 года. В контексте этой доктрины руководством КНР, возглавляемым генеральным секретарем КПК Ху Цзиньтао, была выработана новая стратегия развития страны в условиях набравшей скорость глобализации. Эта стратегия основана на «гармонизациях», должествующих привести к возвеличению национальной мощи Китая. Причем «гармонизации» предполагают сбалансированное развитие экономики и социокультурной сферы Китая при соблюдении политики внешней открытости.

Доктрина «мирного возвышения Китая» была создана китайским руководством как контраргумент рассуждениям западных СМИ и СМК о «китайской угрозе», которые в начале XXI века звучали довольно часто в связи с модернизационным «прорывом» КНР. Данная доктрина «работала» на создание положительного имиджа Китая, транслируя общественному мнению мысль о том, что постоянно растущая мощь Китая не причинит вреда мировому сообществу. Но в апреле 2004 года пропаганда этой доктрины была приостановлена для дальнейшей ее доработки. И наконец, в сентябре 2004 года вышла в свет книга сотрудников отдела стратегических исследований Ся Липина и Цзян Сиюаня «Мирное возвышение Китая», разъясняющая смысл данной доктрины, который состоял в развитии внешнеполитических связей КНР. Итак, для «возвышения» в условиях глобализации Китай должен был «развивать сотрудничество с лидерами мировой экономики – США, Японией и Европой». При этом отношения Китая с РФ на тот момент рассматривались им как «дружба про запас»<sup>100</sup>. Получается, что значение культуры как основы политики «мягкой силы» в стратегии «мирного возвышения Китая» правительством КНР только декларировалось.

Ситуацию кардинально изменил XVII съезд КПК, проходивший в октябре 2007 года. Выступая с докладом, посвященном «поддержке развития и процветания социалистической культуры», Председатель КНР Ху Цзиньтао провозгласил курс на «гармоничное развитие Китая». В контексте этой стратегии **социально-культурная деятельность КНР была обозначена как основа всестороннего гармоничного развития страны** и внесена в Устав КПК. При этом основными целями культурной политики Китая на тот момент стали не только верность марксистской идеологии, но и **развитие различных сегментов культурной индустрии**. К культурным индустриям были отнесены СМИ, интернет, искусство и, прежде всего, литература, интерпретированные правительством Китая как эффективные технологии формирования положительного имиджа КНР и формы пропаганды патриотизма и социалистической идеологии. Причем одной из задач правительства стала поддержка

инноваций в сфере культуры и развитие культурных индустрий через реализацию масштабных социокультурных проектов.

Развитие культурных индустрий определило вектор политических стратегий Китая потому, что индустрия досуга явилась одним из наиболее прибыльных направлений развития мировой экономики в XX веке. Так, во времена глобальных экономических кризисов – Великой депрессии в США 1930-х гг. и Азиатского финансового кризиса 1990-х гг. индустрии досуга осуществили экономический прорыв. Таковы Бродвей, Голливуд, Диснейленд и прочие «столпы» американской индустрии развлечений. Аналогично Япония и Южная Корея вышли из финансового кризиса 1997 года благодаря развитию «культурных индустрий». Именно на это указывали китайские аналитики в материалах, опубликованных в 2008–2009 гг. в теоретическом издании КПК «Qiushi Journal» (<http://en.qstheory.cn/>).

В 2009 году премьер-министр Вэнь Цзябао на заседании Госсовета КНР представил «План активизации культурных индустрий», в котором был изложен алгоритм реализации целей, обозначенных в речи Ху Цзиньтао в 2007 году. «План...» готовила рабочая группа, в состав которой входили представители Центрального отдела пропаганды китайской компартии, Государственной комиссии по развитию и реформам (SDRC), Министерства финансов, Министерства культуры, Государственной администрации радио, кино и телевидения, Главного управления по делам прессы и публикаций и других руководящих органов. Данный документ неоднократно корректировался – по результатам его обсуждений в Министерстве промышленности и информационных технологий, в Министерстве торговли, в Министерстве по земельным ресурсам, в Народном банке и прочих организациях КНР. После того, как «План активизации культурных индустрий» был одобрен госсоветом КНР, в конце 2010 года был издан документ, содержащий систему мер, направленных на реформирование культурно-досуговой сферы Китая. В периодике эти процессы получили наименование «пекинской новой культурной революции»<sup>101</sup>.

«План активизации культурных индустрий» нацелен на решение **семи стратегических задач**<sup>102</sup>. (1). Развитие «ключевых сегментов культурной индустрии», включающих искусство, кино, ТВ, анимацию и мультипликацию, издательскую и полиграфическую деятельность, интернет, рекламу, шоу-бизнес, индустрию развлечений. (2). Реализация национальных социокультурных проектов (например, Национальный проект активизации анимации и мультипликации, Национальное производство фильмов на цифровых носителях информации и т.п.). (3). Стимулирование развития компаний сферы культуры. (4). Строительство

парков как зон культуры и развлечений. (5). Создание конкурентоспособной системы культурных услуг, основанной на рыночных отношениях. (6). Создание компаний в сфере культуры, использующих цифровую форму представления контента, интернет и другие высокотехнологичные инструменты. (7). Создание условий для продвижения китайских культурных продуктов и услуг на международные рынки. Конечно, реализация данных задач немислима без крупных капиталовложений и, прежде всего, «увеличения финансовой поддержки культуры». Это было юридически скреплено «соглашениями между руководителями сферы культуры и банковскими учреждениями», гарантом которых выступило государство.

Семь вышеуказанных целей «Плана...» обусловили специфику «реформирования культурных индустрий» по четырем основным направлениям: «исполнительские искусства», «пресса и книгоиздание», «радио, кино и телевидение» и «анимация, комиксы и игры». Однако, несмотря на эту специфику, реформы социокультурной сферы в Китае обязательно включали, во-первых, преобразование государственных учреждений в рыночно ориентированные компании; во-вторых, активное внедрение диджитализации и интернет-технологий как в производство культурных продуктов (услуг), так и в их ретрансляцию на аудитории; в-третьих, создание культурных продуктов, конкурентоспособных на международном рынке.

Алгоритмы реформирования культурных индустрий в КНР были настолько четко выверены, что 16 ноября 2011 года, подводя итоги Международного туристического досугового форума (г. Ханьчжоу), начальник центра по исследованию досуговой экономики Китайского народного университета Ван Цянь отметил высокие темпы роста культурно-досуговой индустрии в КНР. Он подчеркнул, что, при сохранении таких темпов развития, в 2020 году Китай вступит в «досуговую эпоху» и главенствующую роль в этом процессе будет играть сфера туризма. Но на настоящем этапе культурные индустрии Китая развиты неравномерно, и если в восточных провинциях «уже наступил “расцвет” досуговой эпохи», то «в центральной и западной части Китая еще нет». Разницу в уровне развития Китая представитель власти оценил в 10–15 лет, безусловно, выразив точку зрения КПК.

В то же время выступавший на данном форуме начальник Центра по исследованию туризма Китайской академии социальных наук Чжан Гуанжуй подчеркнул, что «в 21-м веке досуговая индустрия будет заменять информационную индустрию и станет крупнейшим стимулом для содействия роста глобальной экономики». Более того, «досуголизация потребления и рынолизация досуга – важный признак современной эпо-

хи»<sup>103</sup>. Последняя формулировка емко характеризует не только сущность социокультурных процессов мирового сообщества и тенденции развития мировой экономики, но характерные черты «новой пекинской культурной революции», которая в 2021 году дала ощутимые результаты.

Итак, начиная с рубежа XX–XXI вв., Китай планомерно реализует стратегию «мирного возвышения» посредством продвижения своей национальной культуры, активно используя новые информационные технологии. На сегодняшний момент можно выделить **семь основных направлений социально-культурной деятельности Китая**, реализующих его внешнеполитическую стратегию «мирного возвышения» в международном геополитическом пространстве.

**Первое** – использование выставочных центров КНР не только как международных торговых площадок, но и как эффективных инструментов для продвижения китайской культуры в мировом сообществе. За годы организации и проведения выставок в Китае уже сформировались общепризнанные лидеры выставочной индустрии – города Гуанчжоу, Пекин, Гонконг, Шанхай, Шэньчжэнь<sup>104</sup>. Конечно, крупнейшие выставочные центры КНР имеют дело с потребительскими товарами. Поэтому продвижение культуры происходит посредством активного взаимодействия индустриально-промышленной и культурно-досуговой отраслей экономики Китая путем вовлечения – на базе рыночных отношений – во внутреннюю экономику страны внешних инвесторов и партнеров. Вследствие этого, китайские предприятия, конкурентоспособные на международном рынке, не только получают прибыль, но и эффективно – через китайскую индустрию – пропагандируют китайскую культуру.

**Второе** – открытие по всему миру институтов Конфуция и классов Конфуция, представляющих собой сеть международных центров по продвижению китайского языка и культуры. Первый институт Конфуция появился в 2004 году в Сеуле, что положило начало открытию данных заведений по всему миру. По данным 2019 года, в 162 странах мира работало «550 институтов Конфуция и 1172 школ и классов Конфуция»<sup>105</sup>. Деятельность институтов Конфуция координирует и регламентирует Международный совет китайского языка (Hanban), в 2020 году, вследствие международных скандалов, возникших на почве обвинения КНР в политической пропаганде, переименованный в Центр языкового образования и сотрудничества<sup>106</sup>. Это государственная организация, имеющая в своем составе представителей 12 министерств и комиссий, среди которых Министерство образования, Главное управление Госсовета, Министерство финансов, Министерство иностранных дел, Государственная комиссия по развитию и реформам, Министерство торговли, Министерство культуры, Государственной администрации радио,

кино и телевидения, Главное управление по делам прессы и публикаций, Государственный комитет по языку и др.

Будучи некоммерческими организациями, институты Конфуция, удовлетворяя потребности людей по изучению китайского языка, способствуют не только продвижению китайской культуры по всему миру, но и развитию гармоничной мультикультурной среды посредством проведения преподавательских и студенческих стажировок в КНР, проведение языковых конкурсов и прочих мероприятий. Миссия институтов Конфуция – способствовать росту понимания Китая и китайской культуры во всем мире.

**Третье** – уникальная политика официального Китая по отношению к соотечественниками, проживающим за его пределами. Китайская диаспора является крупнейшей в мире; она насчитывает около 50 млн. человек<sup>107</sup>, которые живут почти во всех регионах планеты. Позиция официального Китая, основывающаяся на заветах Дэн Сяопина, такова, что зарубежные китайцы, с их финансово-экономическими и интеллектуальными ресурсами, вписаны в стратегический план «мирного возвышения Китая». С целью объединения всех китайцев в КНР проводятся Всемирные конференции дружбы ассоциаций зарубежных китайцев, Всемирные конференции китайцев, Всекитайские съезды реэмигрантов, земляческие встречи и т.п. Кроме того, для обучения молодых китайцев, приехавших в Китай из-за рубежа, в КНР существует несколько вузов, находящихся в ведении эмиграционной службы Госсовета: Цзинаньский университет в Гуанчжоу, Университет хуацяо и Пекинский институт китайского языка и литературы. Для этой молодежи организуют многочисленные туристические туры по Китаю, в том числе под названием «Приникнем к китайским корням».

**Четвертое** – экспорт китайской литературы и ее продвижение в медиапространстве интернета. Начнем с того, что книжная индустрия Китая ко второму десятилетию XXI века существенно изменила свою структуру. Произошла смена акцентов с преобладания идеологической составляющей, где литература выполняла функцию пропаганды социалистической идеологии, на приоритет коммерческой направленности, в рамках которой словесное творчество органично вписалось в контекст доктрины мирного возвышения Китая путем развития креативных индустрий. Так, в первые десятилетия XXI столетия пальму первенства сохраняла печатная книжная продукция, так как, например, в 2006 году в Пекине проходила международная книжная ярмарка, а в КНР существовало более 80 книжных домов, работало почти 2800 публичных библиотек, фонды которых насчитывали свыше 500 млн. экземпляров<sup>108</sup>. Библиотечная сеть страны включала библиотеки разных уровней

и направленности: научно-исследовательские, вузовские, школьные, учреждений, общественных организаций, профсоюзов и т.п. При этом в Национальной библиотеке Китая, являющейся самой крупной в Азии, было собрано свыше 25 млн. экз. книг, среди которых богатейшим в мире является книжный фонд на китайском языке. Национальная библиотека КНР одной из первых, с 1987 года, стала принимать на хранение электронные издания; именно при ней был образован Информационный центр компьютерных сетей Китая. На настоящий момент китайские библиотеки составляют союз библиотек цифровых изданий, причем Национальная библиотека Китая является самой мощной базой электронных данных в стране.

С конца 2000-х гг. происходит реструктуризация китайского рынка авторских прав. Соотношения импорта и экспорта авторских прав кардинально меняется – «с 15:1 в 1997 году до 5:1 в 2007», а «ежегодный экспорт книг превышает 7,3 млн. экземпляров, что в два раза превосходит импорт», причем «количество экспортируемых газет и журналов превышает 4 млн., они распространяются более чем в 80 странах мира»<sup>109</sup>. В 2017 году в КНР было издано 3 млн. книг на бумажных носителях, причем каждая четвертая из них – детская. На фоне угасания интереса к чтению у молодежной аудитории и, к примеру, «смерти печатных изданий в США» это свидетельствует о том, что «вся надежда на Китай»<sup>110</sup>, ибо он становится самой читающей страной мира.

С массовым распространением интернета ситуация меняется, так как в Китае начинается бурное развитие рынка электронных книг, работающего как на свою, так и на международную аудиторию. Так, в 2017 году в Китае 353 млн. человек читали литературу онлайн, при этом 90% делали это через свои мобильные телефоны. Показателем этого является тот факт, что компания China Literature – дочерняя структура китайского IT-гиганта Tencent, занимающаяся распространением онлайн-литературы, к 2017 году имела рыночную стоимость 7,5 млрд. \$, причем «большая часть из этих денег собственно доход от платы читателей, которых у China Literature около 210 млн. в месяц»<sup>111</sup>. Доля этой компании, имеющей к 2018 году 9,6 млн. сетевых литературных произведений, на китайском рынке онлайн-литературы составляет 70%. Основной контент China Literature носит развлекательный характер и представлен в таких жанрах, как фэнтези, детективы, историко-приключенческие и любовные романы. Это произведения создаются «6,4 миллионами авторов, чтобы удовлетворить читательский спрос в среднем 192 миллионов пользователей сайта ежемесячно»<sup>111</sup>. К тому же компания получает доход как от оплаты читательского доступа своими пользователями, так и от продажи прав на самые популярные работы

сайта. В их числе «Легенда о наложнице Чжэнь Хуань», «Хроники расхитителя гробниц» и «Путешествие цветка», по сюжетам которых сняли телевизионные сериалы. Это дает право логистам China Literature утверждать, что китайский рынок сетевой литературы «стал четвертым из самых прибыльных культурных явлений в мире после голливудских блокбастеров, японских комиксов и телевизионных мелодрам с южнокорейскими кумирами»<sup>110</sup>. В связи с этим бизнес онлайн-литературы в Китае обретает статус государственного проекта, демонстрирующего торговую мощь КНР и способствующего его «мирному возвышению».

**Пятое** – продвижение китайской кино- и видеопродукции на международный рынок. Так, международное радио Китая (China Radio International) является одной из крупнейших мировых медиаструктур. Вещая на 62 языках, оно готовит контент не только для радиопередач, но и для ТВ, печатных изданий и интернета. Центральное телевидение Китая (CCTV) представляет собой государственную телекомпанию, транслирующую на 50 каналах программы на шести разных языках, доступные более чем одному миллиарду зрителей. При этом CCTV имеет более 100 млн. пользователей за рубежом. Кроме этого, в КНР проходит ежегодно свыше 50 кинофестивалей, в числе которых такие международные кинофестивали, как Шанхайский кинофестиваль (SIFF), Великий шелковый путь и др. При этом в условиях пандемии 2020 года Китай стал обладателем самого прибыльного кинорынка мира, обогнав Голливуд. Кстати, эту ситуацию прогнозировали в Главном государственном управлении КНР по делам печати, издательства, радио, кино и ТВ еще в 2017 году. Так, заместитель руководителя Главного управления Чжан Хунсэнь отмечал, что к 2020 году «в Китае будет насчитываться порядка 60 тысяч кинотеатров, годовой объем производства кинопродукции составит около 800 картин, а кассовые сборы могут достичь 70 млрд. Юаней (\$10,6 млрд.)»<sup>112</sup>. Пандемия covid-19 внесла свои коррективы, которые привели в США к «падению Голливуда» и обогащению стриминговых компаний, а в Китае – к мировому лидерству в киноиндустрии<sup>113</sup>. Как еще в 2017 году сказал Чжан Хунсэнь, «стремиТЕЛЬНЫЙ рост киноиндустрии – большая гордость культуры Китая»<sup>112</sup>. Иными словами, лидерство КНР в киноиндустрии – яркий показатель успешности реализации стратегии его «мирного возвышения» через развитие креативных индустрий.

**Шестое** направление социокультурной деятельности Китая, связанное с реализацией стратегии его «мирного возвышения» – это развитие туризма, как внутреннего, так и внешнего, ориентированного не

только на посещение природных объектов, но и памятников истории и объектов национальных традиций.

Китайский туризм превратился в высокоразвитую отрасль экономики с 2010-х гг. По статистике Всемирной туристической организации ООН (UNWTO), в 2017 году КНР посетило 60,7 млн. международных туристов, и он занял четвертое место после США, Испании и Франции<sup>114</sup>.

**Седьмое** направление связано с культурными событиями мирового уровня, в организации и проведении которых Китай принимает активное участие, осуществляя планы культурного обмена и распространяя свои культурные ценности среди членов мирового сообщества. В связи с этим необходимо отметить, что традиционное искусство Китая играет громадную роль в продвижении ценностей традиционной культуры этой страны. Такова, например, китайская опера, имеющая «свыше 360 видов», среди которых наиболее распространена Пекинская опера. Китайская опера состоит «из народной музыки и танцев, диалогов и песен, оперы и бурлеска»<sup>115</sup>. Она сохраняет незыблемой свою национальную специфику, которую ретранслирует в мире эпохи глобализации. Так, многочисленные театры КНР, гастролируя по всему миру, содействуют распространению пекинской оперы за рубежом.

Кроме того, среди мероприятий международного масштаба давнюю историю имеет «Год культуры Китая», который проходил во многих странах: Франции, Японии, Италии, Испании, Великобритании, России, Казахстане, Грузии и др. Так, к 2011 году Китай подписал «межправительственные соглашения по культурному сотрудничеству со 145 странами», благодаря которым было реализовано «800 ежегодных планов по осуществлению культурного обмена»<sup>102</sup>. Кроме того, в КНР проводится множество фестивалей, привлекательных для туристов и имеющих международное значение. Это не только всемирно известные китайский Новый год и праздник Весны, но и Харбинский праздник снега и льда, праздник фонарей, выставка пионов в Лояне, международный фестиваль воздушных змеев в Вэйфане, Шаолинский фестиваль боевых искусств, международный фестиваль панды, международный фестиваль туристических судов на Западном озере, праздник искусств и ремесел в Ичане (провинция Хубэй) и др.

Итак, качественные показатели развития вышеуказанных семи направлений социально-культурной деятельности свидетельствуют об эффективном менеджменте руководства КНР в реализации внешнеполитических стратегий развития страны, сущность которого состоит в «мирном возвышении» Китая через использование «мягкой силы» культуры и креативных индустрий досуговой сферы.

### **4.3 Ребрендинг народной культуры, высокие технологии и «семейная» модель корпоративного менеджмента как основы индустрии досуга в Японии**

На XX век приходится наиболее динамичный период в истории развития Японии. Так, с конца XIX столетия Япония, перестав быть «закрытой» страной, подвергалась активной европеизации, а после Второй мировой войны – американизации. В обоих случаях эти процессы провоцировали начало поисков национальной самоидентификации страны, что, в конечном счете, через приятие ценностей западной цивилизации, в 1970-е годы обусловило возникновение процессов «японизации», заключавшихся в активном международном позиционировании японской культуры. Оно стало возможным потому, что Япония творчески переосмыслила достижения западной цивилизации.

В связи со спецификой исторического развития Японии можно утверждать, что японский менталитет образуют два типа идентичности: «внешняя (институциональная) – западная и внутренняя (духовно-нравственная) – дальневосточная»<sup>116</sup>. Несомненно, в условиях глобализации, стирающей национальную специфику под трансатлантический «стандарт», Япония могла оказаться в ситуации кризиса самоидентификации. Однако, начиная с 1970-х гг., Япония выбрала стратегию позиционирования в мировом сообществе посредством акцентирования значимости национальных традиций страны. И именно на 1970-е годы приходится пик популярности Японии в мировом сообществе, которое рассуждало о японском культурно-экономическом «чуде», созданном уникальным японским характером. В мире обрели статус бренда японские технологии создания электроники, а также стали популярны традиции национальной японской культуры, включающие боевые искусства, оригами, икебана, японскую кухню и т.п. Вследствие этих процессов, в 1979–1980 гг. кабинет Охиры (Министерство образования, науки и культуры Японии) начинает реализовывать политическую программу «Эпоха культуры»<sup>117</sup>.

Сущность этой программы заключалась в идее, что в конце XX века, на современном этапе развития страны, период трансатлантической модернизации в Японии должна сменить эпоха национальной культуры, основанная на уникальной модели социальных отношений. Поэтому основой постмодернизационных процессов провозглашалась культура Японии, которая трактовалась не только как структурообразующее начало национальной самоидентификации государства, но и как воплощение японского стандарта жизни, представляющего альтернативу западному образцу. В контексте данного подхода культура на внутренне-

политическом уровне выступала в роли эффективного инструмента преодоления кризисов рыночной экономики. Во внешней политике она являлась формой продвижения японской модели жизни в мировом сообществе. Следовательно, при таком понимании культура не финансировалась по «остаточному» принципу, а представляла собой объект, выгодный для вложений японских монополий. Так, в 1980–1990-е годы фонд «Тойота» занимался активным продвижением японской культуры в геополитическом пространстве. В числе инструментов продвижения были: издание японских словарей и переводы японской литературы, организация этнографических экспедиций японских ученых совместно с исследователями других стран; реализация программы «Узнай своего соседа», включающей взаимные визиты; конференции по обсуждению социокультурных проблем.

Превращение японской культуры в достояние мирового сообщества на уровне стратегий внешней политики реализовывалось через систему многоуровневого межнационального диалога. Эта система базировалась, во-первых, на расширении географии преподавания японского языка и ареалов вузовского обмена студентов и преподавателей; во-вторых, на формировании общественного мнения о Японии посредством СМИ и активного культурного обмена. Все это способствовало тому, чтобы такие проявления японской культуры, как, например, театр Но и Кабуки, японская живопись, миниатюры нецке, виды японской поэзии и кухни, утратили замкнутость и стали достоянием мирового сообщества. Вследствие этого, **японская культура стала формой «мягкой» политической силы**, основывающейся на внешнеполитических стратегиях японской культурно-идеологической экспансии, подготавливаемой психологическим приятием мировым сообществом японской модели жизни. В 1970–1980-е годы государство педантично регулировало и регламентировало международные культурные контакты Японии, и только в 1990-е годы «в стране началось осознание того, что необходимо построение своего рода “сети” взаимодействия правительственных и неправительственных структур на разных уровнях с целью более эффективной политики в области продвижения за рубеж японской культуры»<sup>116</sup>.

Социально-культурную деятельность в Японии координирует министерство, которое в период с 1952 по 2001 годы называлось Министерство образования, науки и культуры. Но в 2001 году оно было объединено с управлением науки и технологий и получило официальное название Министерство образования, культуры, спорта, науки и технологий. Действительно, **развитию новых технологий** в Японии уделяют большое внимание, подтверждением чему является глобальная деятель-

ность корпорации Panasonic, которая с 1998 года регулярно инвестирует средства в стартапы и инновационные разработки Кремниевой долины. Так, в 2017 году Panasonic создала и отдала под управление компании Conductive Ventures первый венчурный фонд, который инвестировал средства в такие компании, как Blueshift, Desktop Metal, Proterra, Self, Sprinklr и др. В 2020 году Panasonic был создан и отдан под управление калифорнийской Conductive Ventures второй венчурный фонд; при этом деньги планируется инвестировать в перспективных разработчиков софта и оборудования для разных отраслей бизнеса, в числе которых – искусственный интеллект, автопилотируемый транспорт, цифровое здравоохранение и т.п.<sup>118</sup>.

Несмотря на значимость технологий в культурной политике Японии, в третьей статье «Закона о министерстве образования, культуры, спорта, науки и технологий» от 16 июня 1999 года основная цель деятельности министерства связана с человеческим ресурсом. Ею провозглашается «развитие человеческого ресурса через формирование гуманизма и креативности посредством поощрения непрерывного образования, вовлеченности в научные исследования, спорт и культуру, продвижения науки и технологий, а также осуществления администрирования религиозных организаций»<sup>119</sup>.

Немалую роль и в развитии человеческого ресурса, и в международном продвижении Японии играет ее участие в программе ЮНЕСКО «Всемирное наследие». Принимая участие в этой программе, **Япония великолепно сочетает работу по сохранению своего культурного наследия с его популяризацией в мире**, добиваясь расширения списка ЮНЕСКО путем включения в него своих объектов. Так, согласно данным на 2020 год, в список Всемирного наследия ЮНЕСКО внесен 21 объект культурного наследия на территории Японии<sup>120</sup>.

Несмотря на то, что Япония присоединилась к утвержденной в 1972 году Конвенции ЮНЕСКО об охране всемирного культурного и природного наследия только в 1992 году, она и до этого много делала для сохранения своего культурного наследия. Так, в Японии до сих пор актуален «Закон об охране культурных ценностей», принятый в 1950 году. Этот закон является продолжением Закона об охране храмов (1898); в него неоднократно вносились поправки, последняя из которых была сделана в 2005 году. Целью этого закона является «обеспечение сохранности и использования культурных ценностей таким образом, чтобы культура японского народа продолжала развиваться и вносить вклад в углубление взаимопонимания между культурами всего мира». Культурные ценности в этом законе подразделяются на пять видов: материальные, нематериальные, народные, памятные объекты, традицион-

ная застройка<sup>121</sup>. Положения японского закона соответствуют Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия. Этот документ, как и Конвенция, обеспечивает достойную юридическую и материальную защиту объектов культурного наследия на национальном, региональном, муниципальном уровнях.

С 2000-х гг. Япония принимает активное участие в проектах ЮНЕСКО по сохранению и реставрации объектов культурного наследия, которые находятся в других странах. Для этого Япония не только располагает «значительными финансовыми возможностями», но и «большим арсеналом методов исследований, защиты, сохранения и реставрации культурных ценностей». Японское правительство исходит из того, что надежная защита культурных ценностей обеспечивается не временным предоставлением денежных средств и оборудования той или иной нуждающейся стране. Защита культурных ценностей возможна только при «поддержке местного населения». Она плодотворно реализуется «лишь тогда, когда долговременные усилия по сохранению и восстановлению культурных ценностей предпринимаются местными специалистами, которые хорошо знакомы с местным климатом, материалами и традиционными методами сохранения и восстановления ценностей»<sup>122</sup>. Итак, Япония использует имеющиеся в ее распоряжении финансовые, материальные, технические и организационные ресурсы для активной деятельности в рамках программы ЮНЕСКО «Всемирное наследие», как в своей стране, так и в других странах мира. Это благоприятствует формированию ее положительного имиджа в мировом обществе.

В продвижении своего культурного наследия в мировом геополитическом пространстве Япония использует «мягкую силу» культуры, играющую также не последнюю роль в формировании ее положительного международного имиджа. Не в меньшей степени этим процессам способствует **глокализация** как специфическая технология выживания и сохранения региональных моделей существования и развития в условиях глобализации. Иначе говоря, в японской политике наличествует **пропаганда уникальности ее регионов**, которая, взаимодействуя с **ресурсами культурно-досуговой индустрии**, способствует не только созданию особенно-колоритного, привлекательного имиджа Японии в мире, но и культурного возрождению регионов этой страны.

Феномен глокализации в Японии был обусловлен процессами глобализации, начавшимися в 1980-х гг., и становлением информационного общества. Эти процессы обусловили закрытие крупных промышленных предприятий, неравномерность развития регионов, рост безработицы и реструктуризацию экономики, связанную с ее переориентацией на куль-

туру и туризм. В сложившихся обстоятельствах «угасания» регионов японцы стали активно переориентировать их экономику на развитие культурной индустрии, которая в Японии проявилась в форме глокализации. Значит, на фоне глобализации, в связи с коммерциализацией культуры, вместо закономерно предполагаемого исчезновения региональных отличий произошло их сохранение и усиление.

Под усиление регионального аспекта в японских культурных индустриях была подведена философская база, которой стала «теория мингэй» Соэцу Янаги. Данная «теория» представляет собой «гибрид эклектичных концепций, почерпнутых в различных европейских источниках, причём не только в британских, но также в скандинавских и немецких философиях народного творчества конца XIX – начала XX вв.»<sup>123</sup>. Ядро «теории мингэй» заключается в культивировании эстетики японских ремесёл как проявления естественности, простоты и гармонии народного духа через творчество. Напомним, что под культивирование безыскусности японских ремесел подведен идеологический «коктейль», состоящий из западного мистицизма, буддизма и ориентализма. Иначе говоря, концепция «мигэй» возникла в Японии как проявление **прозападной самоидентификации** и отразила **стилизаторское увлечение востоком, свойственное западному модернизму**.

Слово «мигэй» означает не только предмет обихода, сделанный руками ремесленника, но и общественно-художественное движение в Японии, начавшееся в 1920-е годы. Кульминация его актуальности приходится на 1970–1980-е гг. – начало развития культурных индустрий в Японии. Именно тогда переоборудовались большие промышленные площади под культурные индустрии. Так, в префектуре Канадзава пустующий кирпичный завод был продан непрофессиональным художникам, которые возродили традиционные японские ремесла. Это привело к тому, что город Канадзава стал центром традиций национальной культуры и местом, привлекательным для туристов. И так, зародившись как модернистская стилизация народного искусства Японии, на современном этапе своего существования «мигэй» стал брендом, репрезентирующим традиции японского ремесленничества. Этим он превратил японскую национальную культуру в товар общества потребления. Тем не менее, продукты в стиле «мингэй», как часть культурной индустрии, приносят ощутимый доход в бюджет страны и способствуют реализации внешнеполитических стратегий этого государства.

Кроме реализации традиционных программ по пропаганде японского языка, участия Японии в программе ЮНЕСКО «Всемирное наследие», индустрии товаров в стиле «мигэй», существует еще два направления деятельности Японии, способствующих формированию

благоприятного имиджа этой страны за рубежом и продвижению японской культуры.

Прежде всего, это **продвижение национальной поп-культуры** в таких ее форматах, как **манга, аниме, индустрия видеогигр**. Засилье этих форм медиаиндустрии в Японии обуславливает доминанту пассивных форм досуга и возникновение отаку как субкультуры приверженцев маги и аниме.

Манга как жанр массовой культуры – это японские комиксы, которые сами японцы также называют «комику». Слово «манга» образуется сочетанием двух иероглифов, где га переводится как «картинки», а «ман» имеет несколько значений – «веселые, странные, причудливые, гротескные». Поскольку манга состоит из рисунков и короткого текста, их также называют «романами в картинках».

Истоки манги уходят в XII–XIII вв., когда в Японии появилась серия рисунков, изображающих лягушек и кроликов с необычной техникой рисования лапок, имитирующих движения. В XVIII–XIX вв. книги с необычными картинками создали художники Санто Киоден и Хокусай Кацусика, причем последний придумал термин манга. Но, несмотря на древние корни, современный вариант манги начинает развиваться после Второй мировой войны, испытав сильное влияние западных традиций. И здесь необходимо назвать имя Осаму Тедзука, которого традиционно считают «отцом» современного массового искусства манги. Он не только создал популярный манга «Astro Boy» – «Посол Атом», но и инициировал создание сериалов по мотивам манги в формате анимэ, став автором сценария.

В Японии манга популярна среди людей всех возрастов, поэтому существует во множестве жанров, в соответствии с запросами целевых аудиторий – от научной фантастики до бизнеса и эротики. В 1950–1960-е годы манга становится прибыльным книгоиздательским направлением, становится популярной за рубежом. Эта тенденция сохраняется длительное время. Например, оборот от продажи манги в 2006 году в Японии составил \$500 млн., а в США – \$200 млн.<sup>124</sup>. Несмотря на публикацию рейтингов «самой продаваемой манги в 2020 году»<sup>125</sup>, печатные варианты манги, в силу небольшого количества рекламного контента на их страницах, на настоящий момент «выживают» только в форме «танкобон» – сборниках рассказов и если они плохо продаются, «издатели в конечном счете убивают мангу». Поэтому, хотя «ежемесячно публикуется около 1000 уникальных танкобонов, очень немногие из которых доходят до западных берегов»<sup>126</sup>.

Иногда манга создается на основе существующего фильма (например, в случае со «Звездными войнами») или аниме – японской

анимации. Однако, как правило, бывает наоборот, и по популярной манге снимается аниме, так как продюсеры предпочитают не рисковать и вкладывают деньги в продвижение продукта, доказавшего свою рентабельность в формате комикса. В Японии «ежегодно выпускается примерно 200 новых аниме-сериалов», причем с учетом развития новых технологий мобильной связи «шансы на то, что вы создадите успешное аниме, фактически вдвое меньше, чем в видеоиграх». Тем менее, японские анимационные студии не разоряются, прежде всего, благодаря мерчендайзингу, «подпитываемому» субкультурой отаку. Продажи от всех фигурок, плакатов и т.п. «сувениров» помогают выживать этим компаниям<sup>125</sup>.

В свете сказанного получается, что рынок видеоигр является наиболее прибыльной культурной индустрией в Японии. Так, «в 2018 году японский рынок видеоигр оценивался в \$15,5 млрд, из которых около 75% приходилось на ПК и мобильные онлайн-игры, а \$400 млн. – на программное обеспечение и оборудование для консолей»<sup>125</sup>. И здесь отчетливо прослеживается тенденция снижения: в Японии количество выпускаемых игр «упало с 983 в 2007 году до 411 в 2019 году»<sup>125</sup>. Основными причинами этих процессов являются расширение рынка мобильных устройств и сокращение рынка консолей, а также большая конкуренция на рынке видеоигр. И здесь «круг замкнулся», ибо для создания уникальной видеоигры разработчик должен изучить то, что сейчас популярно в мире манги и аниме. Итак, поп-культура Японии является как важным компонентом государственного имиджмейкинга, так и мощной финансово-экономической базой существования японских креативных индустрий.

Другая форма продвижения Японии в мировом сообществе связана с традиционной экономической «составляющей» ее культуры. Она представлена не только японскими потребительскими товарами, конструкторскими разработками, но и способами эффективного менеджмента на уровне предприятий и государства в целом, а также моделью организации корпоративной культуры.

Японская модель корпоративной культуры, экспортируемая за рубеж, базируется на принципах всестороннего контроля компании над сотрудником, преданности работника делу компании, системы обязательств компании перед сотрудником, проявляющихся в повышенном внимании к его нуждам и семейным делам. Данные принципы корпоративной культуры, предусматривающие командно-коллективные формы организации досуга, способствуют тому, что в самоидентификации членов компании большую роль играет «групповая психология», «следствием чего становится некоторая степень утраты индивидуальности

членами группы»<sup>127</sup> и осознание себя в первую очередь как члена данной компании. Это способствует тому, что сотрудники откликаются на все требования организации и полностью посвящают себя компании, воспринимая коллег как членов семьи и стремясь сохранить с ними гармоничные отношения.

В итоге работа становится не столько формой социального позиционирования и самореализации, сколько смыслом существования, так как **профессионально-трудовые отношения заменяют семейно-родственные**. Немалую роль в этом играют **формы организации корпоративного досуга**.

Традиционно выделяют четыре основных формы организации корпоративного досуга, в числе которых – повседневный досуг членов трудового коллектива, праздничный досуг, тренинговые мероприятия и корпоративный туризм. При этом корпоративные мероприятия японцев обязательно включают традиции местного культурного колорита, являются символами японского образа жизни. Например, спортивные состязания отделов обязательно должны включать национальные виды спорта (кюдо, дзюдо, кэндо, каратэ и т. д.).

**Повседневный досуг** в рабочее время связан с получением расслабляющих услуг во время обеденного перерыва, которые оказывают специалисты небольших фирм, расположенных в деловой части всех городов Японии. К расслабляющим услугам можно отнести ароматерапию, массаж, природотерапию с использованием технологий виртуальной, дополненной и смешанной реальности, чайные церемонии, искусство составления икебаны. Очевидно, что многие из релаксационных процедур связаны с национальными традициями Японии. По окончании работы многие японцы вместе с коллегами по работе, особенно в конце рабочей недели, проводят совместный досуг, посещая бары и рестораны.

Что касается **праздничного досуга**, то в Японии, кроме 14 государственных праздников, существует большое количество традиционных, религиозных и местных праздников и фестивалей. В перечне корпоративных праздников Японии значительное место занимают три праздника. Во-первых, День физкультуры в честь Олимпийских Игр в Токио, который празднуется как государственный праздник, направленный на укрепление спортивного духа нации и продвижение здорового образа жизни. Во-вторых, «бонэнкай», что означает «забвение горестей минувшего года», – праздник, начинающийся в середине декабря, несмотря на отсутствие выходных. Он представляет собой корпоративные «посиделки» в барах и ресторанах, которые, как правило, устраиваются хозяевами фирм как вознаграждение за труд. В-третьих, на протяжении

марта, апреля и мая японцы устраивают «ханами» – любование цветением сакуры; для этого они обычно коллективом фирм выезжают за город на пикники<sup>128</sup>.

Итак, благодаря корпоративной культуре, работа стала для японцев смыслом существования, обусловив не только «кароси» – смерть от переработки, но современную демографическую катастрофу. Япония в современной ситуации оказалась перед **угрозой национального вымирания**. Согласно данным Департамента по экономическим и социальным вопросам ООН, за 2020 год население Японии уменьшилось приблизительно на 149 467 человек и годовой прирост составил –0.29%. Динамика сокращения населения стабильна, и на 2021 год прогнозируется сокращение населения на 0,12%, в 2030 – на 2,20%, в 2040 – на 2,80%, 2055 – на 3,12%<sup>129</sup>. Низкая рождаемость в Японии связана со стремительным старением населения этой страны. При общем населении Японии приблизительно в 126,5 млн человек «35 млн., или более 28,1%, – люди старше 65 лет», при этом «к 2040 году доля пожилых достигнет 35% населения, а к 2065-му они будут составлять свыше 38% всех жителей страны». К тому же «особо пугающий тренд» состоит в том, что категория «суперстарых», т.е. людей в старше 75 лет, «с 2018 года превышает количество умеренно пожилых», т.е. людей в возрасте от 65 до 74 лет<sup>130</sup>. Тенденция такова, что скоро в японских фирмах некому будет работать. При этом государство будет вынуждено тратить огромные средства на социальное обеспечение пенсионеров.

Таким образом, социально-культурная деятельность Японии представляет собой ярчайший пример глокализации, основанной на ребрендинге народной культуры, переосмысленной в контексте ценностей общества потребления и реализуемой в формате индустрии досуга.

## **СИСТЕМА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

**Тема 1 (коллоквиум). Тенденции исследования организации социально-культурной и культурно-досуговой деятельности за рубежом (4 ч.)**

1. Зарождение западного досуговедения (Т. Веблен).
2. Социология досуга в работах Ж. Дюмазедье.
3. Западные концепции социокультурной сферы 1990–2020-х гг.
4. Московская и петербургская научные школы о зарубежном досуге.

**Тема 2 (круглый стол). Специфика американской модели досуга (4 ч.)**

1. Особенности этнокультурной ситуации в США и национальной самоидентификации американцев.
2. Концепции «американской мечты» и «американской исключительности».
3. История досуга в США.
4. Общая характеристика современной социокультурной ситуации в США.
5. Инфраструктура и приоритеты развития индустрии досуга в США.
6. Достоинства и противоречия американской модели досуга.

**Тема 3 (конференция). Особенности развития культурно-досуговой сферы в Южной Америке и Австралии (4 ч.)**

1. История культурно-досуговой деятельности в Бразилии.
2. Характерные черты этнокультурной и социокультурной ситуации в Бразилии.
3. Приоритет активных форм досуговой деятельности в Бразилии.
4. Основные направления культурной политики Австралии.
5. Особенности организации социокультурной сферы в Австралии.

**Тема 4 (круглый стол). Организация социокультурной деятельности в рамках Евросоюза: проблемы и перспективы (4 ч.)**

1. Мультикультурность и проблема национальной идентичности европейцев. Феномен европейских мусульман.
2. Истоки и основные вехи создания Евросоюза.
3. Культурная политика Евросоюза.

4. Цели, задачи и инструменты реализации культурных программ Евросоюза первого поколения.

5. Комплексное социокультурное проектирование как стратегия реализации культурных программ второго поколения.

**Тема 5 (практикум). Социокультурный проект «Культурная столица Европы» (4 ч.)**

Создание и защита индивидуальных проектов, продвигающих любой город в европейской части Российской Федерации.

**Тема 6 (конференция). Типовые модели организации социально-культурной деятельности в странах Европы (4 ч.)**

1. Государственный патернализм в организации культурно-досуговой деятельности Франции.

2. Модель культурной политики с минимальным вмешательством государства в Великобритании.

3. Финляндия: модель культурной политики с косвенным участием государства.

4. Модели организации досуга в других европейских странах.

**Тема 7 (круглый стол). Формы организации досуга в странах Азии и Африки (4 ч.)**

1. Типология мусульманских стран. Организация досуга в мире ислама.

2. Специфика социально-культурной деятельности в Индии.

3. Программы развития культурных индустрий в Китае.

4. Особенности культурной политики Японии.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вильчинская-Бутенко, М. Э. Социально-культурная деятельность за рубежом / М. Э. Вильчинская-Бутенко ; М-во культуры Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. – Санкт-Петербург : [б. и.], 2011. – 240 с. – Текст : непосредственный.

2. Дуликов, В. З. Социально-культурная работа за рубежом : тенденции развития : учебное пособие / В. З. Дуликов ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – Москва : МГУКИ, 2011. – 119 с. – URL: <http://skdmguki.ru/data/documents/Dulikov-Uch.posobie-oktyabr-2011.pdf> (дата обращения: 07.04.2021). – Текст : электронный.

3. Ключко, Е. М. Современное состояние категориального аппарата теории досуга (по материалам зарубежных исследований) / Е. М. Ключко. – Текст : непосредственный // Вестник МГУКИ. – 2016. – № 1 (69). – С. 170-181.

4. Ковальчук, А. С. Социально-культурная деятельность / А. С. Ковальчук, Э. М. Лисс ; Рост. междунар. ин-т экономики и управления. – Ростов-на-Дону : [б. и.], 2016. – 408 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567156> (дата обращения: 07.04.2021). – Текст : электронный.

5. Обносова, Г. П. Опыт зарубежных педагогов по организации управления реабилитационной образовательной системой / Г. П. Обносова. – Текст : непосредственный // Вестник УрГУ. – 2006. – № 16. – С. 44-49.

6. Ярошенко, Н. Н. Понятие «цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований / Н. Н. Ярошенко. – Текст : непосредственный // Вестник МГУКИ. – 2019. – № 5 (91). – С. 92-101.

## ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

- 
- <sup>1</sup> Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга // Вестник МГУ. 1993. Сер. 12. № 1. С. 85.
- <sup>2</sup> См.: Ковальчук А.С. Социально-культурная деятельность. Р. н/Д., 2016. С. 320–322.
- <sup>3</sup> См.: Ключко Е.М. Сравнительный анализ подготовки специалистов для социокультурной сферы в вузах России и США // Вестник МГУКИ. 2007. № 3. С. 161–165.
- <sup>4</sup> Веблен Т. Теория праздного класса. URL <http://www.library.fu.ru/files/Veblen.pdf> (дата обращения: 24.02.2021).
- <sup>5</sup> Dumazedier J. Vers une civilisation du loisir? Paris : Éditions du Seuil, 1962. P. 16–17.
- <sup>6</sup> Dumazedier J. Sociologie empirique du loisir: Critique et contre-critique de la civilisation du loisir. Paris : Éditions du Seuil, 1974. P. 252.
- <sup>7</sup> Kelly J. Leisure and society: a dialectical analysis.. State College, PA : Venture Publishing, Inc., 1999. P. 53–68.
- <sup>8</sup> Stebbins R. Serious leisure. Leisure Studies. State College, PA : Venture Publishing, Inc., 1999. P. 67–79.
- <sup>9</sup> Stebbins R. Project-based leisure: theoretical neglect of a common use of free time // Leisure Studies. 2005. № 1. P. 1–11).
- <sup>10</sup> Rojek C. Deviant leisure: the dark side of free-time activity Leisure Studies. State College, PA : Venture Publishing, Inc., 1999. P. 81–95.
- <sup>11</sup> Здесь и далее цит. по: Rojek C. An outline of the action approach to leisure studies // Leisure Studies. 2005. № 1. P. 13–25.
- <sup>12</sup> См. подробнее об этом: Jackson E., Scott D. Constraints to leisure // Leisure Studies. State College, PA : Venture Publishing, 1999. P. 299–321; Shaw S. Gender and leisure // Leisure Studies. State College, PA : Venture Publishing, 1999. P. 271–281.
- <sup>13</sup> Russell R. V. Pastimes. The context of contemporary leisure. Sagamore Publishing L.L.C. Champaign, Illinois, 2005. 414 p.
- <sup>14</sup> Ариарский М. А. Прикладная культурология. СПб. : Эго, 2001. 287 с.; Вдовенко Т.В. Теория и методика социальной работы в сфере досуга в странах Западной Европы : диссертация ... доктора педагогических наук : 13.00.06. - Москва, 1999. 279 с.; Вильчинская-Бутенко М.Э. Социально-культурная деятельность за рубежом. СПб.; 2011. 240с.; Дуликов В.З. Социально-культурная работа за рубежом : Тенденции развития. М. : МГУКИ, 2003. 115 с., Иванова Г.А. Библиотечная работа с детьми за рубежом. М. : МГУКИ, 1999. 267 с., Киселева Т.Г. Теория досуга за рубежом. М.: МГИК, 1992. 234 с., Киселева Т.Г. Глобализация общества и культура мира. М.: МГУКИ, 2002. 344 с.; Ключко Е.М. Современное состояние категориального аппарата теории досуга (по материалам зарубежных исследований) // Вестник МГУКИ. 2016. № 1 (69). С. 170–181, Ключко Е.М. Направления развития зарубежного досуговедения // Культура и образование. – Октябрь 2015. - № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-gzi.ru/2015/10/3777> (дата обращения: 25.02.2016); Ковальчук А.С. Социально-культурная работа за рубежом. Р.н/Д.: ИПО ПО ЮФУ, 2010. 322 с.; Кротова, Ю. Н. Становление и развитие педагогики досуга в США и Великобритании : диссертация ... доктора педагогических наук. –СПб., 1994. 457 с., Мамбеков Е.Б. Организация досуга во Франции: Анимационная модель : диссертация ... кандидата педагогических наук . СПб., 1992. - 165 с.; Новикова И.А. Организация досуга подрастающего поколения в США: традиция и современность.- СПб. : СПГИК, 1991. 76 с., Обносова Г.П. Опыт зарубежных педагогов по организации управления реабилитационной образовательной системой // Вестник УрГУ. 2006. № 16. С. 44–49; Терехова О.В. Индустрия досуга в США : Экон. исслед. М. : Наука, 1983. 176 с.; Титов Б.А. Досуг в США. СПб.:

---

СПбГУКИ, 1992. 334 с.; Ярошенко Н.Н. Понятие «цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник МГУКИ. 2019. № 5 (91). С. 92–101.

<sup>15</sup> См. подробнее об этом: Ярошенко Н.Н. История и методология теории социально-культурной деятельности. М.: МГУКИ, 2007. С. 299–319.

<sup>16</sup> Ярошенко Н.Н. Понятие «цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник МГУКИ. 2019. № 5 (91). С. 100.

<sup>17</sup> Здесь и далее цит. по: Дуликов В.З. Социально-культурная работа за рубежом : Тенденции развития. М.: МГУКИ, 2003. [Электронный ресурс]: URL: <https://cyberpedia.su/10x382b.html> (дата обращения 28.02.21).

<sup>18</sup> Ариарский М.А. Научная школа педагогической культурологии // Вестник СПбГУКИ. 2011. № 3. С. 62.

<sup>19</sup> Вильчинская-Бутенко М.Э. Социально-культурная деятельность за рубежом. СПб., 2011. С. 7.

<sup>20</sup> Национальный состав населения США на 2021 год / Statdata.ru – сайт о странах и городах. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.sites.google.com/site/ruregdatav1/nacionalnyj-sostav-usa> (дата обращения: 02.03.2021).

<sup>21</sup> National Center for Educational Statistics. URL: <https://nces.ed.gov/> (дата обращения: 02.03.2021).

<sup>22</sup> Цит. по: Вильчинская-Бутенко М.Э. Социально-культурная деятельность за рубежом. СПб., 2011. С. 9.

<sup>23</sup> Черный расизм в США / Fishki.net. . [Электронный ресурс]: URL: <https://fishki.net> (дата обращения: 02.03.2021).

<sup>24</sup> «Давайте закончим мрачную эру демонизации в Америке». Перевод речи избранного президента Джо Байдена. URL: <https://meduza.io/feature/2020/11/08/davayte-zakonchim-mrachnuyu-eru-demonizatsii-v-amerike-perevod-rechi-izbrannogo-prezidenta-ssha-dzho-baydena> (дата обращения: 03.03.2021).

<sup>25</sup> Kennedy J.F. A Nation of Immigrants. N.Y.: Harper & Row. Publishers, Inc. ,1964 . 344 p.

<sup>26</sup> Инаугурационная речь президента США Б. Обамы / Традиция: русская энциклопедия. [Электронный ресурс]: [https://traditio.wiki/Инаугурационная\\_речь\\_президента\\_США\\_Б.\\_Обамы](https://traditio.wiki/Инаугурационная_речь_президента_США_Б._Обамы) (дата обращения: 03.03.2021).

<sup>27</sup> Здесь и далее цит. по: Schlesinger A. Ir. The Disuniting of America. N.Y.: Norton, 1998. 248 p.

<sup>28</sup> Президентская кампания Билла Клинтона. URL: [https://ru.qaz.wiki/wiki/Bill\\_Clinton\\_1992\\_presidential\\_campaign](https://ru.qaz.wiki/wiki/Bill_Clinton_1992_presidential_campaign) (дата обращения: 03.03.2021).

<sup>29</sup> Работа или досуг?// Япония сегодня. 1998. № 8. С. 4.

<sup>30</sup> Средняя зарплата в США / bqcash.com. [Электронный документ] URL: <https://yandex.ru/turbo/bqcash.com/s/salary-countries/usa> (дата обращения: 03.03.2021).

<sup>31</sup> Сколько стоит фитнес в США? URL: <https://wefit.ru/usa-fitness/> (дата обращения: 03.03.2021).

<sup>32</sup> Вильчинская-Бутенко М.Э. Социально-культурная деятельность за рубежом. СПб., 2011. С. 23–30.

<sup>33</sup> Кротова Ю.Н. Педагогика досуга в англоязычных странах. СПб.: СПбГАК, 1994. С.17–19.

<sup>34</sup> Lynd R. S. Middletown: A Study in Contemporary American Culture. N.Y.: Harcourt, Brace, and Company, 1929. 244 p.

<sup>35</sup> Титов Б.А. , Кострова Н.А. Досуг в США. Л.: СПбГИК, 1992. С. 46.

<sup>36</sup> Новикова И.А. Организация досуга подрастающего поколения в США: традиция и современность : учеб. пособие. СПб.: СПГИК, 1991. 76 с.

---

<sup>37</sup> Добронравова Е. Сексуальная революция 60-х годов разрушила традиционное американское общество / Слово и дело. [Электронный документ]: URL: <https://slovoedel.com/562166-seksualnaya-revolyuciya-60-kh-razrushila-tradicionnoe-amerikanskoe-obshhestvo> (дата обращения: 07.03.2021).

<sup>38</sup> Pierson G.W. *The Moving American*. N.Y., 1973. 290 p.; Harris R. *Sustainable Tourism: A Global Perspective*. Oxford, 2002. 311 p.; Edgell D. L. *Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future*. N.Y., 2006. 144 p.

<sup>39</sup> Американская фитнес-индустрия выросла до 35 млрд. долларов. URL: <https://vostok.fitness/amerikanskaya-fitness-industriya-igraet-muskulami/> (дата обращения: 08.03.2021).

<sup>40</sup> Вся статистика интернета и социальных сетей на 2021 год. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 08.03.2021).

<sup>41</sup> Цветков И. Интернет-революция в США / История США: материалы к курсу. [Электронный ресурс]: URL: <https://ushistory.ru/konspekty-lektsij/1360-internet-revolyuetsiya-v-ssha> (дата обращения: 08.03.2021).

<sup>42</sup> Видеохостинги: страна США, рейтинг и топ. URL: <http://omito.ru/katalog-softa-servisov-dlja-sozdaniya-sa/video-hostingi/videohostingi-usa/> (дата обращения: 08.03.2021).

<sup>43</sup> Амосов А. Число подписчиков Netflix превысило 200 млн. человек / Игромания. URL: [https://www.igromania.ru/news/101612/Chislo\\_podpischikov\\_Netflix\\_prevysilo\\_200\\_mln\\_chelovek.html](https://www.igromania.ru/news/101612/Chislo_podpischikov_Netflix_prevysilo_200_mln_chelovek.html) (дата обращения 08.04.21).

<sup>44</sup> Число подписчиков крупнейших стриминговых платформ США вырастет в 2021 году на 50%. URL: <https://ru.investing.com/news/economy/article-2025680> (дата обращения: 08.03.2021).

<sup>45</sup> Список стран Западной Европы и их столицы. URL: <https://obrazovanie.guru/nauka/geografiya/spisok-stran-zapadnoj-evropy-i-ih-stolitsy.html> (дата обращения: 09.03.2021).

<sup>46</sup> Население Европы – особенности и характеристика. URL: <https://natworld.info/raznoe-o-prigode/naselenie-evropy-osobennosti-i-harakteristika> (дата обращения: 09.03.2021).

<sup>47</sup> Франция стала заложницей мигрантов: поток вырос /МК. URL: <https://www.mk.ru/politics/2020/10/30/franciya-stala-zalozhnicey-migrantov-potok-vyros.html> (дата обращения: 09.03.2021).

<sup>48</sup> Антонов С. Миграционный кризис и «наступление» ислама в Европу: возможные последствия и угрозы /Военное обозрение. URL: <https://topwar.ru/96563-migracionnyy-krizis-i-nastuplenie-islama-v-evropu-vozmozhnye-posledstviya-i-ugrozy.html> (дата обращения: 09.03.2021).

<sup>49</sup> Caldwell C. Islamization of Europe // *Atlantic Monthly*. 2005. February. P. 22.

<sup>50</sup> Savage T. Europe and Islam: Crescent Waxing. *Cultures Clashing. The Washington Quarterly*. 2004. Vol. 27., № 3. P. 27.

<sup>51</sup> Добаев И.П. Ислам и миграции в Европе // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2015. № 2. С. 198.

<sup>52</sup> Roy Oг. *Globalised Islam: The Search for a New Ummah*. London: C. Hurst and Co, 2004.

<sup>53</sup> Добаев И.П. Ислам и миграции в Европе // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2015. № 2. С. 200.

<sup>54</sup> Захарченко И.Н. Теоретические аспекты формирования культурной политики Франции в первые годы V Республики // *Знание. Понимание. Умение*. 2008. № 8. С. 35–36.

<sup>55</sup> Конвенция об охране нематериального наследия / ООН. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/cultural\\_heritage\\_conv.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml) (дата обращения: 16.03.2021).

<sup>56</sup> Европейский союз: основополагающие акты в редакции лиссабонского договора с комментариями. М. : ИНФРА-М, 2008. С. 171.

---

<sup>57</sup> См. подробнее: Табаринцева-Романова К.М. Культурная политика и дипломатия Европейского Союза. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2008. С. 54–70.

<sup>58</sup> Хартия ЕС об основных правах / Право ЕС. URL: <https://eulaw.ru/treaties/charter/> (дата обращения: 17.03.2021).

<sup>59</sup> Европейский Союз: основополагающие акты в редакции лиссабонского договора с комментариями. М. : ИНФРА-М, 2008. С. 298.

<sup>60</sup> Договор о функционировании ЕС (новая редакция). URL: <https://eulaw.ru/treaties/tfeu/> (дата обращения: 17.03.2021).

<sup>61</sup> См. подробнее: Joint communication to the European Parliament and the council. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0029&from=EN> (дата обращения: 17.03.2021).

<sup>62</sup> Культурное наследие. URL: <https://ec.europa.eu/culture/> (дата обращения: 18.03.2021).

<sup>63</sup> Decisione N.508/2000/CE del parlamento europeo e del consiglio del 14 febbraio2000, che istituisce il programma «Cultura 2000». URL: <https://www.boe.es/doue/2000/063/L00001-00009.pdf> (дата обращения: 18.03.2021).

<sup>64</sup> Europe for Citizens (2007-2013). URL: [https://ec.europa.eu/citizenship/europe-for-citizens-programme/programme-2007-2013/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/citizenship/europe-for-citizens-programme/programme-2007-2013/index_en.htm) (дата обращения: 18.03.2021).

<sup>65</sup> Creative Europe. URL: <https://www.euneighbours.eu/ru/east/stay-informed/projects/kreativnaya-evropa> (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>66</sup> См. подробнее: Culture and Creativity. URL: <https://ec.europa.eu/culture/> (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>67</sup> См. подробнее: Europa Nostra. URL: <https://www.europanostra.org/> (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>68</sup> См. подробнее: Creative Europe Desks. URL: <http://www.creativeeuropeuk.eu/funding-opportunities> (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>69</sup> Cross Sector. Cross Sector. Creative Europe's cross-sector funding opportunities. URL: <http://www.creativeeuropeuk.eu/funding-opportunities/cross-sector> (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>70</sup> Культура в городах. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/culture-for-cities-case-studies> (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>71</sup> Supporting Europe's cultural and creative sectors. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/news-events-calls\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/news-events-calls_en) (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>72</sup> European cooperation projects. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/culture/european-cooperation-projects\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/culture/european-cooperation-projects_en) (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>73</sup> Literary translations. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/node/174\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/node/174_en) (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>74</sup> European networks. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/culture/european-networks\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/culture/european-networks_en) (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>75</sup> European platforms. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/culture/european-platform-projects\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/culture/european-platform-projects_en) (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>76</sup> Film Festivals. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/film-festivals\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/film-festivals_en) (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>77</sup> Audience development. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/audience-development\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/audience-development_en) (дата обращения: 21.03.2021).

<sup>78</sup> Access to markets – Framework URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/access-to-markets\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/access-to-markets_en) (дата обращения: 21.03.2021).

---

<sup>79</sup> Speech of the HR/VP Federica Mogherini at the Culture Forum in Brussels. Bruxelles, 20.04.2016. URL: [https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/5164\\_en](https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/5164_en) (дата обращения: 22.03.2021).

<sup>80</sup> Закат культурной «сверхдержавы»: Евросоюз ставит на «жесткую силу» / Евразия-эксперт. URL: <https://yandex.ru/turbo/eurasia.expert/s/zakat-kulturnoy-sverkhderzhavy-evrosoyuz-stavit-na-zhestkuyu-silu/> (дата обращения: 22.03.2021).

<sup>81</sup> Worldhealthrankings: live longer live better. URL: <https://www.worldlifeexpectancy.com/ru/united-states-life-expectancy> (дата обращения: 22.03.2021).

<sup>82</sup> Макроэкономические исследования. URL: <https://be5.biz/makroekonomika/gni/qa.html> (дата обращения: 22.03.2021).

<sup>83</sup> Urban Population Index. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/urbanization-index> (дата обращения: 22.03.2021).

<sup>84</sup> Вильчинская-Бутенко М.Э. Социально-культурная деятельность за рубежом. СПб., 2011. С. 92.

<sup>85</sup> Иран. URL: <https://wikiway.com/iran/> (дата обращения: 23.03.2021).

<sup>86</sup> 97 фактов об Иране... / Пассажир . URL: <https://passenger.rocks/2017/for-travelers/fakti-i-ssilki/fakti-ob-irane/> (дата обращения: 23.03.2021).

<sup>87</sup> Статистика в реальном времени. URL: <https://countrysimeters.info/ru> (дата обращения: 23.03.2021).

<sup>88</sup> Здесь и далее цит. Коран по: Смысловой перевод Корана на русский язык (Э. Кулиев) / В-Коране-инфо. Сайт о Коране. URL: <http://vkorane.info/коран-читать-на-русском> (дата обращения: 23.03.2021)

<sup>89</sup> Границы дозволенных развлечений по Сунне /Независимый глобальный ислам. URL: <https://islam.global/verouchenie/khalyal-i-kharam/dozvolennye-razvlecheniya-po-sunne/> (дата обращения: 23.03.2021)

<sup>90</sup> Самые странные налоги в мире. URL: <https://naked-science.ru/article/top/samye-strannye-nalogi-v-mire> (дата обращения: 24.03.2021).

<sup>91</sup> Население Китая /Статистика в реальном времени. URL: <https://countrysimeters.info/en/China> (дата обращения: 28.03.2021).

<sup>92</sup> Рейтинг экономики развитых стран мира. URL: <https://visasam.ru/emigration/vybor/ekonomika-stran-mira-2.html> (дата обращения: 28.03.2021).

<sup>93</sup> Благодар Ю.Г. Формы организации досуга в китайском обществе (документальные свидетельства российских и западноевропейских путешественников XIX – начала XX века) // Известия Самарского научного центра РАН. 2009. Т. 11. № 2. С. 243–249.

<sup>94</sup> Китайско-российские отношения выдержали испытания переменами... / Жэньминь Жибао. 24.03.2021. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2021/0325/c95181-9832229.html> (дата обращения: 28.03.2021).

<sup>95</sup> Как «маяк демократии» нарушает права человека? / Жэньминь Жибао. 25.03.2021. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2021/0325/c95181-9832455.html> (дата обращения: 28.03.2021).

<sup>96</sup> Байден о китайско-американских отношениях / Жэньминь Жибао. 25.03.2021. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2021/0326/c31520-9832871.html>; Китай никогда не ставил цель превзойти США / Жэньминь Жибао. 26.03.2021. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2021/0327/c31521-9833158.html> (дата обращения: 28.03.2021).

<sup>97</sup> China – UNESCO World Heritage Centre /ЮНЕСКО. URL: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/cn> (дата обращения: 30.03.2021).

<sup>98</sup> Ван Хунин. Культура – «мягкая сила» государственной мощи) // Вестник Фуданьского университета. 1993. № 3. С. 23–28.

---

<sup>99</sup> Табарко К.А. «Мягкая сила культуры»: эволюция концепции в трудах китайских ученых // Грамота. 2016. № 7. Ч. 2. С. 181–184.

<sup>100</sup> Ломанов А. Мирное возвышение Китая / Россия в глобальной политике. URL: <https://globalaffairs.ru/articles/chzhungo-hepin-czyuueczi-mirnoe-vozvyschenie-kitaya/> (дата обращения: 30.03.2021).

<sup>101</sup> Beijing's New Cultural Revolution, Ideological Guidance and Strategic Discussions // Chinascope. – July/August. – 2010. – P. 6–11.

<sup>102</sup> Здесь и далее цит. по: Галеева А.А. Китай: планы новой культурной революции // Культура в современном мире. 2013. № 2. URL: [http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM\\_archive/2013/r\\_arch-kvm\\_2013-02.htm](http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM_archive/2013/r_arch-kvm_2013-02.htm) (дата обращения: 30.03.2021).

<sup>103</sup> В 2020 году Китай вступит в «эпоху досуга»? / Жэньминь Жибао. 25.03.2021. URL: <http://russian.people.com.cn/95181/7654790.html> (дата обращения: 31.03.2021).

<sup>104</sup> Выставки Китая. URL: <https://chinaved.com/china-exhibitions> (дата обращения: 31.03.2021).

<sup>105</sup> Россия – Китай: главное / Риа-новости. URL: <https://ria.ru/20191210/1562217842.html> (дата обращения: 31.03.2021).

<sup>106</sup> Zhuang Pinghui. China's Confucius Institutes rebrand after overseas propaganda rows. URL: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3091837/chinas-confucius-institutes-rebrand-after-overseas-propaganda> (дата обращения: 31.03.2021).

<sup>107</sup> Ларин А. Китайская диаспора – источник выгод и вызовов / РМСД. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kitayskaya-diaspora-istochnik-vygod-i-vyzovov/> (дата обращения: 31.03.2021).

<sup>108</sup> Поройкова О.А. Книгоиздание Китая в зеркале статистики // Витрина. 2007. №7–8. С. 15.

<sup>109</sup> Галеева А.А. Китай: планы новой культурной революции // Культура в современном мире. 2013. № 2. URL: [http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM\\_archive/2013/r\\_arch-kvm\\_2013-02.htm](http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM_archive/2013/r_arch-kvm_2013-02.htm) (дата обращения: 30.03.2021).

<sup>110</sup> Харитонов В. Вся надежда на Китай. URL: <https://gorky.media/context/vsya-nadezhda-na-kitaj/> (дата обращения: 01.04.2021).

<sup>111</sup> Ху Д. Что стоит за литературным бумом в китайском интернет-пространстве? URL: <https://ru.globalvoices.org/2018/02/04/68275/> (дата обращения: 01.04.2021).

<sup>112</sup> Когда Китай станет лидером киноиндустрии? URL: <https://cinemaplex.ru/2017/11/30/liderstvo-kitaya-v-kinoindustrii-snova-otkladyvaetsya.html> (дата обращения: 01.04.2021).

<sup>113</sup> Падение Голливуда: Китай впервые стал лидером на мировом кинорынке. URL: <https://www.vesti.ru/television/article/2474198> (дата обращения: 01.04.2021).

<sup>114</sup> World's 10 most popular tourist destinations (and their future rivals). URL: <https://edition.cnn.com/travel/article/world-most-popular-destinations-2017/index.html> (дата обращения: 01.04.2021).

<sup>115</sup> Ху Яньли. Китайская опера как нематериальное культурное наследие Китая // Общество: философия, история, культура. 2015. № 4. С. 25.

<sup>116</sup> Чугров С.В. Япония уточняет свою идентичность перед вызовами глобализации: Восток встречается с Западом // Глобальные вызовы — японский ответ. М. С. 77–93

<sup>117</sup> Катасонова Е.Л. Япония: Вызов западной цивилизации? // Япония: Мифы и реальность. М., 1999. С. 179–203.

<sup>118</sup> Мальина А. Panasonic инвестирует \$150 млн в развитие искусственного интеллекта. URL: <https://rb.ru/news/panasonic-fund/> (дата обращения: 04.04.2021).

<sup>119</sup> Закон о министерстве образования, культуры, спорта, науки и технологий. URL: <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/H11/H11HO096.html> (дата обращения: 04.04.2021).

- 
- <sup>120</sup> Объекты всемирного наследия в Японии. URL: <https://vectorme.ru/asia/japan/unesco-japan/> (дата обращения: 04.04.2021).
- <sup>121</sup> Роппо дзэнсё (Полный свод законов). Токио, 2007. С. 2461.
- <sup>122</sup> Молодякова Э.В. Япония – Юнеско: сотрудничество во имя «Всемирного наследия» // Япония, открытая миру. М.: АИРО –XXI. 2007. С. 281.
- <sup>123</sup> Ставропольский Ю.В. Теория мингэй Созэцу Янаги // // Психология, социология и педагогика. 2016. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <https://psychology.snauka.ru/2016/10/7237> (дата обращения: 04.04.2021).
- <sup>124</sup> 2006 Japanese Manga Market Drops Below 500 Billion Yen. URL: <https://www.comipress.com/news/2007/03/10/1622> (дата обращения: 05.04.2021).
- <sup>125</sup> Самая продаваемая манга в Японии за 2020 год. URL: <https://mobilitymania.com/news/547-samaya-prodavaemaya-manga-v-yaponii-za-2020-god.html> (дата обращения: 05.04.2021).
- <sup>126</sup> Немного о состоянии индустрии анимэ, манги и видеоигр в Японии на 2021 год. URL: <https://dtf.ru/s/weaboo/190398-nemnogo-o-sostoyanii-industrii-anime-mangi-i-videoigr-v-yaponii-na-2020-god> (дата обращения: 05.04.2021).
- <sup>127</sup> Тимонина И. Л. Корпоративная культура Японии: общее и особенное // Портрет современного японского общества. М., 2016. С. 111–129.
- <sup>128</sup> Японские праздники. URL: <https://web.archive.org/web/20130102004145/http://anime.dvdspecial.ru/Japan/holidays.shtml> (дата обращения: 04.04.2021).
- <sup>129</sup> Население Японии /Countrymeters. URL: [https://countrymeters.info/ru/Japan#population\\_2021](https://countrymeters.info/ru/Japan#population_2021) (дата обращения: 04.04.2021).
- <sup>130</sup> Портякова Н. Старикам везде у них дорога: почему японские пенсионеры работают // Известия. 13.03.2020. URL: <https://iz.ru/985555/nataliia-portiakova/starikam-vezde-u-nikh-doroga-pochemu-iaponskie-pensionery-rabotaiut> (дата обращения: 04.04.2021).

Учебное издание

**Павлова Ольга Александровна**

**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЗА РУБЕЖОМ**

Учебное пособие

В авторской редакции

ISBN 978-5-94825-422-7



**ISBN 978-5-94825-422-7**

**УДК 379.8(075.8)  
ББК 77я73**

---

Отпечатано в отделе информационных технологий и печати  
Краснодарского государственного  
института культуры  
350072, г. Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33.  
Гарнитура шрифта «Times New Roman».  
Объем 6,75 печ. л. Тираж 70 экз. Заказ № 528