

УДК 316.75

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1\(1\)-117-136](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1(1)-117-136)

ИНДУСТРИЯ ВПЕЧАТЛЕНИЙ КАК ПРОСТРАНСТВО АППЛИКАЦИИ «МЯГКОЙ СИЛЫ»



Василий Смирнов,
Новгородский
государственный
университет имени
Ярослава Мудрого
(Великий Новгород,
Россия)

Vasiliy Smirnov,
Yaroslav-the-Wise
Novgorod State University
(Veliky Novgorod, Russia)

ORCID: 0000-0002-5338-412X
e-mail: novtransa2010@yandex.ru

Для цитирования статьи:

Смирнов, В. А. (2022). Индустрия впечатлений как пространство аппликации «мягкой силы». *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(1), 117-136. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1\(1\)-117-136](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1(1)-117-136)

Аннотация: в статье рассматривается возможность использования инструментов «мягкой силы» в пространстве современных «культурных индустрий». Большинство исследователей заостряют свое внимание на критике массовой культуры, считая её слишком коммерциализированной, а потому транслирующей исключительно примитивный контент. Нами же предпринята попытка посмотреть на массовую культуру как на механизм невоенной агрессии в отношении определённой страны. В качестве инструмента имплементации «мягкой силы» выбрано кино, которое оказывает

максимально возможное (в сравнении с другими видами искусства) эмоциональное воздействие на «реципиента» и, кроме того, внедряет в сознание зрителя определенные ценности, влияющие на всё «культурное ядро» общества. Агрессия против определенной страны с использованием инструментария «мягкой силы» будет нацелена на разрушение её культурного блока. С нашей точки зрения, целостность «страны» включает в себя три основных составляющих. Первый компонент (будем именовать его «народ») состоит из определенной совокупности людей, которые должны воспроизводить себя посредством удовлетворения разнообразных потребностей. Второй блок (условно назовем его «культура») должен обеспечивать бытие «страны» универсальными согласовательными критериями, которые позволяют разнородным элементам общества преодолевать свой индивидуальный, национальный, групповой и классовый эгоизм. Третий блок (обозначим его понятием «управление») отвечает за внедрение культурных норм, а также контролирует их соблюдение, что упорядочивает социальное бытие как таковое. Классические «горячие» войны обычно направлены на уничтожение первого элемента страны («народ») и на подрыв материального базиса общества. Так называемые «цветные революции», прежде всего, воздействуют на третий компонент – на «управление», с целью перехвата управленческого контура. Тогда как «мягкая сила», мобилизуя, в том числе и современную массовую культуру, стремится к ненасильственному внедрению в «культурное ядро» противника собственных идей и смыслов.

Ключевые слова: «мягкая сила», лидеры мнений, теория двухступенчатого потока информации, социальное управление, массовая культура, кино.

Как отмечает ряд авторов, культура и «индустрия» (то есть, массовое производство определенных стандартизированных продуктов) в современном мире уже перестали быть дуальной оппозицией и превратились в единое целое благодаря утверждению капитализма [Вейнмейстер & Иванова 2017]. Капиталистическое общество с его сугубо потребительскими запросами сделало процесс производства и распространения культурных ценностей единообразным, массовым и ориентированным исключительно на коммерческую составляющую [Хезмондалш 2014: 32]. Внедрение в культуру новых технологий, а также распространение рыночных отношений и

формирование ценностей консьюмеризма в масштабах всего социума привело к значительному усилению процессов коммодификации в сфере культуры. Под коммодификацией культуры мы понимаем придание ей товарных свойств, то есть, превращение в объект купли продажи на рынке. Развивая известный тезис К. Маркса о «базисе» (экономика) и «надстройке» (идеологические отношения внутри общества) [Маркс 1959: 543], можно сделать вывод, что капиталистическая трансформация основ общества не могла не отразиться и на прочих социальных структурах, находящихся в прямой зависимости от экономики: политике, праве и, само собой разумеется, культуре. Под влиянием этих экономических трансформаций творческая активность человека попала в прямую зависимость от изменчивой рыночной конъюнктуры. Закон спроса и предложения стал определять, в том числе, формы, направления и содержание культурной деятельности.

С нашей точки зрения, превращение культуры в товар катастрофически размывает ее основную функцию, которая заключается в аккумулировании и распространении универсальных ценностей, имеющих наднациональный, надгрупповой и надклассовый характер, что помогает преодолевать эгоизм человека и отдельных человеческих общностей, и формирует базис для интеграции людей на основе так называемых «вечных ценностей». Превращение же культуры в объект постоянной купли-продажи делает ее неизбежным заложником сиюминутных капризов власти и масс, которые, как известно, никогда не отличались изысканными запросами. В

соответствии с принципом: «клиент всегда прав», культура вместо того, чтобы «возвышать» человека, прививая ему определенные общезначимые ценности, должна сама подстраиваться под низкие, а иногда и откровенно низменные как в духовном, так и в интеллектуальном отношении запросы «покупателей».

Этот феномен был подробно рассмотрен в работе испанского философа Х. Ортеги-и-Гассета «Восстание масс» (1930 г.). Автор полагает, что современное ему общество выпустило на арену истории так называемого «человека массы» [Ортега-и-Гассет 1991]. Не имея достаточных знаний и культуры (под которой философ понимает, в первую очередь, знание универсальных принципов бытия цивилизации), подобный «человек» в принципе способен обладать только «мнением», да и то зачастую навязанным извне, которое он и выдает за истину в последней инстанции. Кроме того, отличительной особенностью подобного индивидуума является наличие фрагментированного сознания и деформированной чувственности.

Если раньше представители культурной элиты воспринимали и познавали мир как целое, что находило отражение в становлении гармоничного и не фрагментированного мировоззрения, то рассматриваемый нами представитель потребительской массы такой картины мира не имеет и иметь не может. Будучи (да и то в самом лучшем случае), узким специалистом в какой-то одной области деятельности и глубоким невеждой во всем остальном, «человек массы» думает, что может интерпретировать всё бытие в целом, поскольку знание об одной области, в которой он более или менее разбирается, гарантирует возникновение и разрастание

иллюзии по поводу того, что и все остальные аспекты мироздания могут быть так же легко объяснены.

Причем, такой «человек», с точки зрения философа, это явление не социальное, а исключительно типологическое, то есть, встречающееся во всех обществах и классах. «Культурная аристократия», таким образом, неизбежно уступает своё место массовому буржуазному обывателю. При этом человек, которому кажется, что «он всё знает», вообще перестает заниматься самообразованием. Его духовные запросы к культуре крайне примитивизируются – на первое место выходит намеренно «облегченный», демонстративно развлекательный контент. Как отмечал Х. Ортега-и-Гасет, «масса – это посредственность. Особенность нашего времени в том, что заурядные души, не обманываясь насчет собственной заурядности, безбоязненно утверждают свое право на нее и навязывают ее всем и всюду. Как говорят американцы, отличаться – неприлично. Масса сминает все непохожее, недюжинное, личностное и лучшее» [Ортега-и-Гассет 1991: 309–311].

Проблема заключается ещё и в том, что «человек массы», обладающий сознанием, в рамках которого его различные отдельные «пазлы» плохо «состыкованы» друг с другом, зачастую становится объектом манипуляции. Причем, как правило, манипулируют им в своих интересах так называемые «акулы капитализма» для того, чтобы заставить этого обывателя купить какой-либо товар; или же политики, пытающиеся за счет доверчивого и пластичного «электората» пробиться во власть. Таким образом, «человек массы», будучи невежественным и

самодовольным, испытывающим стойкую неприязнь к долговременным умственным усилиям и находящийся в плену ложных ценностей, является в современном обществе основным заказчиком культурного производства, по крайней мере, формата его впечатлений так точно.

В итоге, под культурными индустриями начинает пониматься процесс массового тиражирования стандартизированных продуктов культуры, которые не несут особой смысловой нагрузки, но содержат ярко выраженную развлекательную составляющую [Адорно & Хоркхаймер: 1997: 25]. Этот вывод классиков «Франкфуртской школы» позволяет заключить, что культура в современном индустриализованном социуме перестала выполнять свою основную функцию воспитания индивида и скатилась к коммерческому обслуживанию крайне примитивных запросов невежественных в своем основном массиве слоев общества, к порождению и тиражированию спектра впечатлений, приносящих доход как финансовый, так и политический.

Значительная часть авторов, анализирующих феномен культурных индустрий, акцентируют своё внимание исключительно на экономических аспектах современного культурного производства, описывая ее такими терминами как «коммерциализировавшаяся», «деградировавшая», «примитивная» и т.д. Всё это так, и не вызывает никакого сомнения тот факт, что культура, подчинившись интересам рынка, во многом, утратила свои важнейшие свойства. Однако мы бы хотели взглянуть на заявленную проблематику с другого ракурса, а именно через призму реализации «мягкой силой» государства своих целей

посредством «индустрии культуры». Под «мягкой силой» мы понимаем всю совокупность невоенных, ненасильственных методов воздействия на противоположную сторону. И если кто-то хочет разрушить и удержать в повиновении определенную страну, не прибегая к насилию, то он так или иначе будет задействовать потенциал «мягкой силы».

С нашей точки зрения, целостность «страны» включает в себя три основных блока. Первый блок (будем именовать его «народ») состоит из людей, которые должны воспроизводить себя посредством удовлетворения разнообразных потребностей, в том числе через разнообразные системы деятельности. Второй блок (условно назовем его «культура») должен обеспечивать бытие «страны» неслучайными универсальными критериями, необходимыми для согласованного существования различных социальных групп. Третий блок (обозначим его понятием «управление») отвечает за внедрение культурных норм, а также контролирует их соблюдение, что упорядочивает социальное бытие как таковое. Таким образом, если использовать терминологию Аристотеля, то в стране народ соответствует содержательному понятию «материя», культура – «форме», а управление в лице государства, собственно, запускает цикл существования страны, органично и неконфликтно совмещая эти две сущности.

Предположим, что кто-то захочет нанести удар по определенной стране, то тогда возникает вопрос, в какие именно точки (блоки) нужно бить в первую очередь для её окончательного разрушения? С одной стороны, покажется очевидным, что такой

удар должен быть нанесен по блоку «народ», так как без населения ни одно государство существовать не может. Однако история дает нам примеры того, как после страшных войн или катастроф, связанных с массовой гибелью населения, та или иная страна все же оказывается способной через определённое время восстановить свои силы. Возьмем в качестве такого примера Великую Отечественную войну. Так В. Кожин указывает, что «в начале 1941 г. население СССР составляло 195,3 млн человек. В начале 1946-го людей старше 5 лет в стране имелось всего лишь 157,2 млн человек. Таким образом, «исчезли» 38,1 млн человек из имевшихся в начале 1941-го. Это составляет 19,5% от населения 1941 года (почти каждый пятый)» [Кожин 2005: 140-141]. Получается, что в результате войны и повышенной смертности гражданского населения в тылу СССР потерял каждого пятого жителя. Однако уже через весьма непродолжительное время Советский Союз не только восстановил довоенную численность населения, но даже и превзошел её.

Таким образом, удар по народу, конечно, ужасен, но зачастую не ведет к фатальным последствиям для существования страны. Не менее разрушительным будет удар и по блоку «управление», так как именно он отвечает за целостность всей страны. Однако, как мы также знаем из истории, Россия за весь период своего существования трижды переживала крах государственности (во времена Смуты, в Гражданскую войну и в 1991 году), но, тем не менее, смогла уцелеть и позже, в том или ином виде, восстановить систему управления.

С нашей точки зрения самым страшным ударом из всех возможных, направленных на уничтожение страны, как раз и будет разрушительное воздействие на её культуру, поскольку именно культурные нормы и ценности являются той базой, на основе которой возможно какое бы то ни было самодвижение страны. И здесь как никогда велика роль инструментов «мягкой» (то есть, культурной) «силы». Еще А. Грамши писал, что подрыв гегемонии возможен в том случае, если будет разрушено «культурное ядро» общества, которое включает в себя представления о добре и зле, символы, традиции, научные постулаты, предрассудки и знания [Грамши 1958: 36].

Чтобы достичь фундаментального согласия в обществе, необходимо снизить уровень противоречий, появление которых обусловлено наличием разных интересов у социальных групп. Для этого Грамши видит необходимость в «артикуляции различных интересов, позволяющей каждой группе в значительной степени сохранить свою собственную индивидуальность» [Лестер 2016]. Механизмом, который обеспечивает согласование разнородных социальных интересов, по мнению философа, является идеология как квинтэссенция культурного единства. Можно сделать и обратный вывод: для разрушения согласия в обществе следует активно воздействовать на его «культурное ядро» инструментами «мягкой силы», пытаясь заместить культурные смыслы и символы атакуемого объекта своими собственными.

У нас есть все основания полагать, что такие производящие и тиражирующие индивидуальные и особенно массовые «впечатления» социальные институты, как театры, кино, музеи и

прочие, занимающиеся производством культурных ценностей, не только выполняют свою явную функцию, создавая определенные духовные продукты в рамках наличных культурных индустрий. В то же самое время они являются проводниками политики «мягкой силы», целью которой является как сохранение стабильности собственной социальной системы, так и активное, деструктивное или даже сокрушительное воздействие на «культурные ядра» оппонентов.

Однако эффективность вышеназванных институтов культуры в деле реализации политики «мягкой силы» не так однозначна, как может показаться на первый взгляд. И зависит она, в первую очередь от двух важнейших факторов. Во-первых, от авторитетности самого «творца» культурных продуктов. В середине XX века трудами известного американского социолога П. Лазарсфельда в рамках изучения явлений масс-медиа была разработана теория «лидеров общественного мнения» [Lazarsfeld & Berelson et al. 1948: 49]. Согласно этой теории, люди формулируют свою точку зрения на происходящие в мире события исходя не из собственных воззрений и убеждений, а на основе мощного, поистине «впечатляющего» влияния, непрерывно, или же ситуативно оказываемого на них авторитетными для каждого конкретного индивидуума людьми, получившими название «лидеры мнений».

Таким образом, все предыдущие исследования, показывающие определяющее влияние массовой коммуникации на сознание современного общества, были скорректированы. Оказалось, что субъекты культурных индустрий и СМИ

воздействуют на людей не напрямую, а посредством «двухпотоковой» системы коммуникации. На первом этапе «отправители» транслируют определенную информацию, которая затем усваивается «лидерами мнений», а на втором этапе – уже сами «лидеры мнений», с помощью аргументов и впечатлений непосредственно формируют то, что и принято в итоге называть «общественным мнением».

Как справедливо отмечает Т. А. Гришанина, сегодня именно «блогеры становятся проводниками официальной государственной или, напротив, оппозиционной повестки, поскольку обладают высоким уровнем доверия. Так в рамках президентской кампании Дональда Трампа на выборах 2016 г. такими «лидерами мнений выступили» известные консервативные колумнисты (М. Малкин), журналисты и ведущие (Л. Ингрэм, П. Морган), активисты (А. Кинг), религиозные лидеры (Р. Рид-мл.), актёры и спортсмены (Ч. Шин, М. Тайсон), блоггеры, музыканты и селебрити («Даймонд-энд-Силк», А. Бэнкс, П. Хилтон). Их публичные высказывания усилили поддержку Д. Трампа среди населения, в частности в срединных штатах» [Гришанина 2021: 88].

Во-вторых, эффективность воздействия того или иного субъекта культурных индустрий зависит не только от его авторитетности, но и от способности «раскачать» (в том числе и с помощью экстремальных впечатлений) эмоциональную сферу, воздействовать с помощью впечатлений на настроения и поведение людей. Мы убеждены, что их всех подобных инструментов культурного производства – самым мощным и «впечатляющим» является кинематограф, соединяющий идею,

визуальный ряд, диалог героев и музыку. Совершенно неудивительно поэтому, что многие известные актёры, музыканты и селебрити являются еще и «лидерами мнений» для широких слоев населения, что значительно усиливает суггестивный и «впечатляющий» эффект кино и поп-культуры как таковой.

Шестью лидерами российского кинопроката с 2008 года являются следующие фильмы отечественного производства: «Холоп» (2019 г.), «Движение вверх» (2017 г.), «Т-34» (2018 г.), «Последний богатырь» (2017 г.), «Полицейский с Рублевки» (2016–2019 гг.) и «Лед» (2018 г.). Для нас с точки зрения анализа проявлений «мягкой силы» будет интересен первый фильм, получивший совокупные кассовые сборы в сумме более 3 миллиардов рублей [«Холоп» побил кассовый рекорд фильма «Т-34» 2020] и существенно опередивший других «миллиардников».

Сюжет этого фильма довольно прост. Главный герой сын олигарха Григорий оказывается в ночном клубе и, чтобы произвести впечатление на симпатичную девушку, с которой сильно хочет познакомиться, ломает дорогую «пирамиду» из шампанского, которая была рассчитана на всех гостей. После этого герой, будучи сильно пьяным, делает девушке недвусмысленные предложения, но, получив отказ, быстро мчится на дорогом кабриолете к другой «даме сердца». По пути ему приходится превышать скорость и вступать в конфликт с сотрудниками дорожной полиции. В результате этого конфликта главный герой наносит серьезную травму одному из «стражей порядка» и оказывается в полиции, но усилиями своего могущественного отца с немалыми деньгами и еще большими

«связями» обретает свободу. Первая часть фильма заканчивается тем, что отец жестко отчитывает Григория, угрожая отобрать у него все банковские карты.

Как известно, одна из мощнейших сил кинематографа заключается в том, что во время просмотра фильма, который всякий раз разворачивает перед аудиторией драматическую историю и порождает колоссальную волну впечатлений, зритель бессознательно идентифицирует себя с тем или иным героем, и эта идентификация подкреплена очень впечатляющими передающими средствами. В данном случае кино гораздо сильнее воздействует на человека и его эмоции, чем литература, поскольку визуальный ряд, преподносимый зрителю на экране в «готовом виде», освобождает его от необходимости совершать какие бы то ни было умственные усилия, связанные с подключением его фантазии и «додумыванием» характеров, мыслей и сцен с участием героев.

Поэтому те ценности, которые авторы фильмов вкладывают в слова и действия персонажей картины, очень сильно воздействуют на сознание чувства и поведенческие реакции смотрящего. В случае с «Холопом» в качестве главного героя выступает избалованный, ни в чем не знающий отказа с самого детства ребенок очень богатых родителей. Само собой разумеется, что в Российской Федерации – стране с одним из самых высоких в мире уровней расслоения между бедными и богатыми – тема «богачей» и «простых смертных» является, пожалуй, наиболее актуальной и злободневной.

Однако «творцы» современной отечественной медиакультуры тонко и изощренно уводят внимание общества от вопроса, почему

у нас вопиющая нищета повсеместно соседствует с бьющей в глаза безудержной роскошью. Вместо этого акценты смещаются на отдельные неправильные поступки представителей так называемых «сливок» общества. Таким образом, мы видим, что главным героем картины является некий «мажор», погрузившийся в праздную, пустую жизнь, которая до краев наполнена вечеринками и развлечениями. Эмоциональный посыл «мажоров» всему остальному социуму весьма однозначен – презрение и пренебрежение в худшем случае, а в лучшем – нескрываемое раздражение и равнодушие.

Есть все основания предположить, что значительная часть современных российских обывателей с большим удовольствием «поменялась» бы «жизнями» с Григорием, который ездит по Москве на дорогой иномарке, сорит деньгами и демонстрирует полное пренебрежение к любым правилам. На самом деле, мы имеем дело с тонким манипулятивным приемом, ведь если потенциальный массовый зритель внутренне готов «влезть в шкуру» главного героя, это значит, что он не будет рассматривать его стиль жизни как абсолютно неприемлемый для себя и окружающих. Таким образом, создатели фильма выполняют важный социальный заказ, убеждая общество, что сложившийся в нашей стране олигархический строй, где реально существуют вот такие плюющие на закон «мажоры», является совершенно нормальным и не должен подвергаться никакой ревизии. А если и есть какие-то отдельные недостатки, то они связаны не столько с порочностью самой социально-экономической системы, сколько с отрицательными

личностными чертами отдельных представителей правящего класса.

Далее, по сюжету фильма, отец решает устроить перевоспитание своему отпрыску через реалити-шоу с колоссальными временными и материальными затратами. Григория усыпляют снотворным и перемещают в аутентичную позапрошлого века деревню, чтобы он подумал, что действительно оказался в 1860-х годах в роли простого конюха и на своем опыте убедился, что значит жить без денег и привилегий. Вызывает легкое недоумение не слишком высокий интеллектуальный уровень главного героя, который по некоторым четко «говорящим» нюансам (фраза «у меня нет аппетита», произнесенная одним из крестьян; явно искусственно «сделанные» брови и ресницы одной из девушек, играющей дочь барина) так и не смог догадаться, что «деревня» явно не из прошлого.

В течение оставшегося времени фильма главный герой претерпевает всяческие лишения, связанные с его «внезапно» понизившимся социальным статусом. В результате всех этих пертурбаций Григорий исправляется: личный опыт жизни в шкуре бедного крестьянина все-таки «слепил» из него «настоящего человека». Он даже находит инспектора, которого сбил вначале фильма и отдает ему ключи от своего дорогого автомобиля. Но делает это молча, без всяких извинений: я тебя когда-то покалечил, а теперь держи за это «тачку».

Таким образом, режиссеры фильма с честью отработали актуальный и «безопасный» социальный заказ на сто процентов: они свели проблему пороков отечественного олигархического

строю, где власть предрешающие могут спокойно откупиться от любого преступления (сбитый сотрудник ГИБДД), к вопросам личностных недостатков отдельных богатых индивидов, которые могут быть «легко» и достаточно быстро исправлены, как и показал опыт с имитационной «деревней». Однако анализируемый фильм подспудно выполняет и еще одну идеологическую функцию: в качестве инструмента «мягкой силы» он внедряет в коллективные представления людей социальный заказ на «впечатляющую» массовую пропаганду антитрудовой этики и праздного образа жизни.

Если вспомнить классический советский кинематограф, то там, в большинстве фильмов, «плохой» герой исправлялся либо через труд, либо через воздействие на него коллектива. Постсоветские отечественные фильмы, будучи, вне всякого сомнения, проводниками социального заказа и «мягкой силы» наших геополитических конкурентов, исподволь, но неуклонно внедряют в массовое сознание ценности, находящиеся в прямом конфликте с исконным ментальным и «культурным ядром» российской цивилизации. Во-первых, это антиколлективизм. Россия как государство возникла только благодаря совместным усилиям больших групп людей. Индивидуализм и постулирование только личного успеха в пику интересам всего общества неизбежно приведут страну к краху. Во-вторых, это отрицание труда как базовой ценности. Недаром, современными кумирами для молодежи повсеместно становятся люди, совершенно далекие от производительного труда – блогеры, артисты, музыканты, спортсмены и чиновники.

Вспомним историю: все великие государства возникли только потому, что в мировоззренческие структуры этих суперсистем были введены ценности труда. Западная цивилизация в том виде, в котором она существует сейчас, была создана английскими, голландскими и немецкими протестантами с их религиозной идеологией усердного труда как главного условия правильной и праведной жизни. Не случайно, капиталистические отношения, впервые зародились именно на Севере Европы, охваченном протестантской идеологией. Голландия и англиканская Великобритания стали локомотивами мировой системы капитализма, которая в XIX веке начала активное порабощение остального мира, вначале через систему колониализма с его «ножницами цен», а затем, после распада крупнейших колониальных держав, через финансовое закабаление зависимых государств.

Строительство коммунизма, по крайней мере, на его социалистическом этапе, тоже базировалось на повседневной и широкой пропаганде индивидуальной и коллективной ценности труда. Другое дело, что в советской этике акценты были смещены несколько в другую сторону: от необходимости личного обогащения через усердный труд в сторону активного вклада в общее дело построения более справедливого государства в рамках коллективной деятельности. Эти усилия оказались не напрасными: будучи разоренным Гражданской войной и последовавшим вскоре нашествием Гитлера, Советский Союз за счет трудового подвига народа сумел достаточно быстро восстановить страну и занять второе место в мире по

экономическим показателям, обогнав, при этом США, как признанного мирового лидера в целом ряде сфер.

Потому, автору хотелось бы дополнить известное выражение Энгельса: труд создал не только «*homo sapiens*», но и великие государства, и великие народы [Энгельс 1961]. Отказ от труда – это первый шаг на пути превращения народа в плебс, в паразитическую прослойку, которая способна ради ярких, впечатляющих визуальных эффектов очень быстро промотать какое-угодно великое наследие трудолюбивых предков и с позором уйти с исторической арены.

Литература

- Адорно, Т. & Хоркхаймер, М. (1997). *Диалектика Просвещения: Философские фрагменты*. Москва : Медиум, СПб. : Ювента.
- Вейнмейстер, А. В., & Иванова, Ю. В. (2017). Культурные индустрии и креативные индустрии, границы понятий. *Международный журнал исследований культуры*, 2-11.
- Грамши, А. (1958). Избранные произведения в 3 томах. Москва: Изд-во иностр. лит.
- Гришанина, Т. А. (2021). Развитие теории коммуникации и концепций формирования общественного мнения. *Электронный научный журнал «Архонт»*, 2 (23), 82-92.
- Лестер, Д. (2016). Теория гегемонии Антонио Грамши и ее современное звучание. *Left.BY. Информационно-дискуссионная площадка белорусских левых*. Режим доступа: <http://left.by/archives/7566> (дата обращения 12.10.2022).
- Кожин, В. В. (2005). *Наследники победы*. Москва: Алгоритм, Эксмо.
- Маркс, К. (1959). *К критике политической экономии*. Москва: Политиздат (Т.13).
- Ортега-и-Гассет, Х. (1991). Эстетика. Философия культуры. Москва: Искусство.
- Хезмондалш, Д. (2014). *Культурные индустрии*. Москва: Издательство ВШЭ.
- «Холоп» побил кассовый рекорд фильма «Т-34». (2020, 12 января). *Вести.РУ*. Режим доступа: <https://www.vesti.ru/article/1286970> (дата обращения 12.10.2022).
- Энгельс, Ф. (1961). Роль труда в процессе превращения обезьяны в человека. В книге Маркс, К. Энгельс, Ф. Сочинения. Москва: Политиздат (Т. 20).
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1948). *The people's choice*. New York: Duell, Sloan, and Pearce.

Информация об авторе.

Смирнов Василий Андреевич – кандидат философских наук, доцент кафедры философии, культурологии и социологии, ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» (Россия, 173003, г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41), ORCID: 0000-0002-5338-412, novtransa2010@yandex.ru.ru

THE EXPERIENCE INDUSTRIES AS A SPACE FOR THE APPLICATION OF "SOFT POWER"

Vasiliy Smirnov

Abstract: the article considers the possibility of using "soft power" tools in the space of modern "cultural industries". Most researchers focus their attention on the criticism of mass culture, considering it too commercialized, and therefore broadcasting exclusively primitive content. We have also made an attempt to look at mass culture as a mechanism of non-military aggression against a certain country. Cinema has been chosen as a tool for the implementation of "soft power", which has the maximum possible (in comparison with other types of art) emotional impact on the "recipient" and, in addition, introduces certain values into the viewer's consciousness that affect the entire "cultural core" of society. Aggression against a certain country using the tools of "soft power" will be aimed at destroying its cultural block. From our point of view, the integrity of a country includes three main components. The first component (we will call it "population") consists of a certain set of people who must reproduce themselves by satisfying various needs. The second block ("culture") should provide the existence of the "country" with universal consistent criteria that allow heterogeneous elements of society to overcome their individual, national, group and class egoism. The third block ("management") is responsible for the implementation of cultural norms and their observance. Classic "hot" wars are usually aimed at destroying the first element of the country ("population") and undermining the material basis of society. The so-called "color revolutions", first of all, affect the third component – "management". Whereas the "soft power", mobilizing, including modern mass culture, seeks to nonviolently introduce its own ideas and meanings into the "cultural core" of the enemy.

Keywords: "soft power", opinion leaders, theory of two-stage information flow, social management, mass culture, cinema.

References

- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1997). *Dialektika Prosveshcheniia: Filosofskie fragmenty* [Dialectics of Enlightenment: Philosophical Fragments]. Moscow: Medium Publ., St. Petersburg: Juventa Publ. (In Russ.).
- Engels, F. (1961). Rol' truda v protsesse prevrashcheniia obed'iany v cheloveka [The role of labor in the process of turning a monkey into a man]. In Marx, K. & Engels, F. *Essays* [Sochineniia]. Moscow: Politizdat (Vol. 20). (In Russ.).

- Gramsci, A. (1958). *Izbrannye proizvedeniia v 3 tomakh* [Selected works in 3 volumes]. Moscow: Izdatel'stvo inostrannoi literatury. (In Russ.).
- Grishanina, T. A. (2021). Razvitie teorii kommunikatsii i kontseptsii formirovaniia obshchestvennogo mneniia [Development of communication theory and concepts of public opinion formation]. *Elektronnyi nauchnyi zhurnal «Arkhot»* [Electronic scientific journal "Archon"], 2(23), 82-92. (In Russ.).
- Hezmondalsh, D. (2014). *Kul'turnye industrii* [Cultural industries]. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.).
- «Kholop» pobil kassovyi rekord fil'ma «T-34». (2020, January 12). ["The Lackey" broke the box office record of the film "T-34"]. *Vesti.RU*. [News.RU]. Access mode: <https://www.vesti.ru/article/1> (accessed: 25.09.2022). (In Russ.).
- Kozhinov, V. V. (2005). *Nasledniki pobedy* [The heirs of victory]. Moscow: Algorithm, Eksmo Publ. (In Russ.).
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1948). *The people's choice*. New York: Duell, Sloan, and Pearce Publ.
- Lester, D. (2016). Teoriia gegemonii Antonio Gramshi i ee sovremennoe zvuchanie [Antonio Gramsci's theory of hegemony and its modern sound]. *Left.BY. Informatsionno-diskussionnaia ploshchadka belorusskikh levyykh*. [Left.BY. Information and discussion platform of the Belarusian left]. Access mode: <http://left.by/archives/7566> (accessed: 12.10.2022). (In Russ.).
- Marx, K. (1959). K kritike politicheskoi ekonomii. [On the Criticism of Political Economy. Vol. 13]. Moscow: Politizdat (vol.13). (In Russ.).
- Ortega y Gasset, X. (1991). *Estetika. Filosofii kul'tury* [Aesthetics. Philosophy of culture]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russ.).
- Weinmeister, A. V., & Ivanova, Yu. V. (2017). Kul'turnye industrii i kreativnye industrii, granitsy poniatii [Cultural industries and creative industries, the boundaries of concepts]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Cultural Studies], 2-11. (In Russ.).

Author's information.

Smirnov Vasilii Andreevich – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41 B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia), ORCID: 0000-0002-5338-412, novtransa2010@yandex.ru.ru

For citation:

Smirnov, V. A. (2022). The experience industries as a space for the application of "soft power". *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(1), 117-136. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1\(1\)-117-136](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1(1)-117-136)