**Характеристика национальных культур народов России*,* и влияния на них идей *«*массовой культуры*».***

**Вопросы:**

1. Что такое«массовая культура»?

2. Выделите основные черты «массовой культуры».

3. Какое влияние оказала «массовая культура» на традиции национальных культур народов России?

**Массовая культура – явление глобализирующегося мира.**  
Появление массовой культуры связано со становлением на рубеже XIX-XX вв. **массового общества.** Материальной основой произошедших в XIX в. существенных перемен стал переход к **машинному** производству. Но индустриальное машинное производство предполагает стандартизацию, причем не только оборудования, сырья, технической документации, но и умений, навыков работников, распорядка рабочего дня и т. д. Затронули процессы стандартизации и духовную культуру.

Достаточно четко обозначились две сферы жизни **работающего** человека: **работа и досуг**. В результате возник платежеспособный спрос на те товары и услуги, которые **помогали провести досуг.** Рынок на этот спрос ответил предложением «типового» культурного продукта: книг, фильмов, граммофонных пластинок и т. д. Они были предназначены, прежде всего, для того, чтобы помочь людям интересно провести свободное время, **отдохнуть от монотонного труда.**

Использование в производстве новых технологий, расширение участия масс в политике потребовали определенной образовательной подготовки. В индустриально развитых странах делаются важные шаги, направленные **на развитие образования**, прежде всего начального. В результате в ряде стран появилась обширная читательская аудитория, а вслед за этим зародился один из первых жанров массовой культуры - **массовая литература.**  
         Ослабленные с переходом от традиционного общества к индустриальному непосредственные связи между людьми отчасти заменили появившиеся средства массовой коммуникации, способные быстро транслировать разного рода сообщения на большую аудиторию.  
**Основные особенности массовой культуры.**

**Общедоступность.** Доступность и узнаваемость стали одной из основных причин успеха массовой культуры. Монотонная, изнуряющая работа на промышленном предприятии усиливали потребность в интенсивном отдыхе, быстром восстановлении психологического равновесия, энергии после трудового дня. Для этого человек искал на книжных прилавках, в кинозалах, в средствах массовой информации прежде всего **легкие для восприятия, развлекательные представления, фильмы, публикации.**  
         В рамках массовой культуры работали выдающиеся деятели искусства: актеры Чарли Чаплин, Любовь Орлова, Николай Черкасов, Игорь Ильинский, Жан Габен, танцовщик Фред Астер, всемирно известные певцы Марио Ланца, Эдит Пиаф, композиторы Ф. Лоу (автор мюзикла «Моя прекрасная леди»), И. Дунаевский, кинорежиссеры Г. Александров, И. Пырьев и др.

**Занимательность.** Она обеспечивается обращением к таким сторонам жизни и эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей: любовь, секс, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы. В детективах, «шпионских рассказах» события сменяют друг друга с калейдоскопической быстротой. Герои произведений также просты и понятны, они не предаются долгим рассуждениям, а действуют.  
         **Серийность, тиражируемость.** Эта черта проявляется в том, что продукты массовой культуры выпускаются в очень больших количествах, рассчитанных на потребление действительно массой людей.  
         **Пассивность восприятия.** Эту особенность массовой культуры отмечали уже на заре ее становления. Беллетристика, комиксы, легкая музыка не требовали от читателя, слушателя, зрителя **интеллектуальных или эмоциональных усилий** для своего восприятия. Развитие визуальных жанров (кино, телевидение) только усилило эту черту. Читая даже облегченное литературное произведение, мы неизбежно что-то домысливаем, создаем свой образ героев. Экранное восприятие не требует от нас этого.  
         **Коммерческий характер.** Продукт, создаваемый в рамках массовой культуры, - это **товар,** предназначенный **для массовой продажи.** Для этого товар должен быть демократичным, т. е. подходить, нравиться большому числу людей разного пола, возраста, вероисповедания, образования. Поэтому производители подобной продукции стали ориентироваться на самые фундаментальные человеческие эмоции.    
         Произведения массовой культуры создаются в основном в рамках профессионального творчества: музыку пишут профессиональные композиторы, сценарии фильмов - профессиональные литераторы, рекламу создают профессиональные дизайнеры. На запросы широкого круга потребителя ориентируются профессиональные создатели продукции массовой культуры.  
         Итак, массовая культура - это феномен современности, порожденный определенными социальными и культурными сдвигами и выполняющий ряд достаточно важных функций. Массовая культура имеет как негативные, так и позитивные аспекты. Не слишком высокий уровень ее продукции и коммерческий, главным образом, критерий оценки качества произведений, не отменяет того очевидного факта, что **массовая культура предоставляет человеку невиданное ранее изобилие символических форм, образов и информации, делает восприятие мира многообразным,** оставляя за потребителем право выбора "потребляемого продукта". К сожалению, потребитель не всегда выбирает лучшее. Иногда массовую культуру называют «пещерным искусством 20 века».  
Массовая культура всеохватна. Она навязывается извне СМИ, Интернетом, назойливой рекламой. Она унифицирует человека, стирает его индивидуальность и национальность. Во многих странах мира с этим явлением пытаются вести борьбу.   
  Смысловой диапазон массовой культуры весьма широк - от примитивного китча (ранний комикс, мелодрама, эстрадный шлягер, "мыльная опера") до сложных, содержательно насыщенных форм (некоторые виды рок-музыки, "интеллектуальный" детектив, поп-арт). Для эстетики массовой культуры характерно постоянное балансирование между тривиальным и оригинальным, агрессивным и сентиментальным, вульгарным и изощренным. Актуализируя и опредмечивая ожидания массовой аудитории, массовая культура отвечает ее потребностям в досуге, развлечении, игре, общении, эмоциональной компенсации или разрядке и др.

**Вообще, культура (от лат . cultura - возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание), это исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях.** Понятие "культура" употребляется для характеристики определенных исторических эпох (античная культура), конкретных обществ, народностей и наций (культура майя), а также специфических сфер деятельности или жизни (культура труда, политическая культура, художественная культура); в более узком смысле - сфера духовной жизни людей. Включает в себя предметные результаты деятельности людей (машины, сооружения, результаты познания, произведения искусства, нормы морали и права и т. д.), а также человеческие силы и способности, реализуемые в деятельности (знания, умения, навыки, уровень интеллекта, нравственного и эстетического развития, мировоззрение, способы и формы общения людей).  
Из определения словосочетания «массовая культура» следует, что:  
1. **развитая инфраструктура и доступность средств массовой информации - предпосылки возникновения массовой культуры как явления.**  
2. смысловой диапазон понятия, хотя и широк, но все же имеет много больше ограничений, нежели культура вообще.

3. ориентир на массы, а значит и **общедоступность** массовой культуры ведет к достаточно низкому уровню массовой культуры, **как культуры**.

Массовую культуру называют по-разному: развлекательным искусством, искусством «анти-усталости», полукультурой. Характеризуя её, американский психолог М. Белл подчеркивает: «Эта культура **демократична.** Она адресована **всем людям без различия классов, наций, уровня бедности и богатства.** Кроме того, благодаря современным средствам массовой коммуникации людям **стали доступны многие** произведения искусства, имеющие высокую художественную ценность».

Многие люди говорят, что массовая культура оказывает отрицательное влияние на общество, подрывает его моральное и нравственное здоровье. Кто-то считает, что массовая культура помогает людям отдохнуть и развлечься.

Ее вкусы и идеалы меняются с огромной быстротой в соответствии с потребностями моды. Массовая культура обращается к широкой аудитории и претендует на то, чтобы быть **народным искусством**.

Но, всё же массовая культура, предоставляет продукцию, которая легко воспринимается, позволяет окунуться в мир грез и иллюзий, создает впечатление обращения к конкретному индивиду. Она очень часто противостоит национальной, истинной, «высокой» культуре, и в довольно агрессивной форме».

Культурно-духовное пространство России, ее культурный облик в постиндустриальном обществе

Вступление России в эпоху либеральных реформ характеризуется глубочайшим потрясением культурной и духовно-нравственной сфер общественной жизни. Исчезла централизованная система управления и единая, жестко проводимая сверху, политика в этой **с**фере. Конституция РФ признает **«идеологическое многообразие”**  «никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной». Серьезно повлияло на состояние леи в культуре резкое сокращение государственного финансирования.

Культурно-духовное пространство и культурный облик нового российского общества формировались в процессе paзрушения советского культурно-духовного пространства. Этот процесс обусловлен вхождением России в постиндустриальное общество.

В 2006 г. в Санкт-Петербурге на первом Российском культурологическом конгрессе отмечена тенденция к созданию глобалъно-информационного общества, определению условий, которые соответствуют интересам людей планеты, а не только «золотого миллиарда», с помощью возможностей глобальной культуры двигаться к этой цели. Ресурсы заключены в экологическом понимании современной социальной сети. Данная система представляет собой систему сетевого характера. Каждый элемент сети создается всеми другими элементами и выражает ее содержание. Вся система может быть понята только при адекватном понимании ее базовых элементов в их единстве. **Культурологический подход к социальной сети информационного общества заключается в двух главных позициях:**

* глобальная сеть организации социокультурного воспроизводства должна основываться на одних и тех же моделях;
* человек по своим параметрам не может не соответствовать свойствам сети.

Россиянам необходимо было решить три задачи:

1) освоить новые связи, функции и отношения, характерные для информанионного общества;

2) идентифицировать себя в мировой истории;

3) выработать национальную идею (объединяющую общество цель).

Первая задача решалась путем использования культурологических теорий и технологий, демонополизации методологических подходов**.** Две остальные задачи решались снятием запретов, разрушени­емсоветской системы духовных ценностей, традиций и норм.

Сложность задач затрудняет выделение четких временных рамок  решения каждой. Поиски решения первой задачи приходятся пре­имущественно на первый этап (1992-2000 гг.). Вторая и третья задачи  на втором этапе (2000-2009 гг.) решались более целеустремленно и  целенаправленно. Уделялось больше внимания формулированию государственных интересов в сфере культуры. Многие историчес­кие задачи приходилось решать политическими средствами.

В **1992-2000 гг.** процесс свелся к тому, что **функции культуры и власти в реальности переставали совпадать.Культура перестала пониматься как опора власти и как средство сохранения самой власти.** Этому способствовало исчезновение запретов. Символика советской власти, выраженная в наименовании городов и сел, отвергалась населением. На карте страны вновь появились Санкт-Петербург, Екатеринбург, Нижний Новгород, Сер­гиев Посад, Великий Новгород. Национальным флагом признано историческое знамя России — триколор. Новая российская власть активно поддерживала эти процессы. В октябре **1993 г.** была создана Государственная комиссия по перезахоронению останков царской семьи. В июле **1998 г**. состоялась торжественная церемония перезахоронения в Петропавловском соборе.

 Процесс изменения культурного облика россиян положил начало формированию новой модели коллективной самоидентификации,  роли в ней личной позиции. Этот процесс распадался на два этaпa. В **1992-2000 гг**. антикоммунизм часто заменял отсутствие собственной позитивной позиции. **Защита национальных интере­сов России была риторической, забота о государстве понималась в геополитическом контексте.** Но распад советской империи каждый человек переживал болезненно. Затруднялись связи с родственниками, друзьями, коллегами по работе. Переживал распад СССР самый крупный этнос страны — русские. Они вложили огромное количество сил, принесли неисчислимые жертвы при строительстве российской империи. Для сохранения огромной территории в совет­ский период затрачены культурные, образовательные, интеллекту­альные ресурсы. **С начала 2000-х гг. пришло понимание необходимости формирования модель новой российской государственности, конкретизации национальных интересов.**

В **1992-2000 гг. позитивная модель национальной самоидентификации**(«мы — хорошие, добрые, культурные и т. п.») стабилизировала общество и обеспечивала относительно высокий уровень **толерантности**. **Однако существовала и негативная модель**(«они — плохие, злые, агрессивные и т. п.»). Негативная модель способствовала формированию **ксенофобии**. Элементы позитивной и негативной моделей самоидентификации сосуществовали. Они образовали сложный ценностный комплекс массового и индивидуального сознания.

На формирование **ценностного комплекса** сознания действовали факторы из разных источников.

**Во-первых**, открытые границы обогащали личный опыт познания жизни, культуры, духовных ценностей других стран. **Во-вторых,** положительному опыту узнавания «других» мешали снижение жизненного уровня, первые коммерческие неудачи, отсутствие опыта вести такого рода личную деятельность. **В-третьих**, способности и таланты большинству новых собственников было трудно использовать. Сохранялся традиционный фактор близости к власти как к механизму доступа к привилегиям получивший название «приятельского капитализма».

**В-четвертых**, миграция населения из стран СНГ, переезд из  благополучных регионов (Север, Дальний Восток, Чечня), отъезд за границу тех, кто воспользовался доверчивостью обывателем. **В-пятых,** террористические акции способствовали формированию ксенофобских эмоций.

Все факторы способствовали сохранению остатков имперско-советской психологии. **В ней оказалась сильна тенденция к консолидации «от противного», перед лицом некоего врага.** В первую очередь этой тенденции подвержено малоимущее население. **«Враг» – приобретал выраженный этнический характер.** Его облик конкретизировали террористические акты, выделение в общей массе «лиц кавказской национальности». Облик врага эксплуатировали СМИ различные политические группировки. Первые с целью достижения доходов и повышения своего рейтинга, вторые — с надеждой заполучить голоса на выборах. На государственном уровне проблема воспринималась весьма серьезно.

Для российской культуры и духовной жизни россиян оказалась непривычной формирующаяся структура социальной стратификации.

|  |
| --- |
|  |

**Во-первых**, ломалась привычная структура деления общества на рабочих, крестьян и интеллигенцию. Общество начинало делиться на низшие, средние и высшие классы.

**Во-вторых,** в основу деления закладывались новые признаки: деление общества по доходам, бытовым условиям, психологии.

**В-третьих,** новые признаки вошли в противоречие с культурными  архетипами и дореволюционной русской, и советской культурой. Русская культура традиционно строилась на идеале справедливости. Советская идеология эксплуатировала идею равенства.

**В-четвертых,** разрушена система политического манипулирования властью монопольным идеологическим инструментом. Складывался сложный конгломерат новейших, частью вульгарно понятых, идей и теорий. Он усложнял восприятие новых правил и отношений**. В массовом сознании россиян на смену идеологии марксизма-ленинизма шли либеральные теории, на которых базировалось информационное общество.** Но серьезное воздействие оказывали и идеи православных мыслителей. В них духовно наполненная жизнь противопоставлялась суетной деловитости как сути предпринима­тельства.

**В-пятых,** нравственность большинства россиян не примирялась стем, что имущественный критерий на практике достигался не в результате таланта, способностей, но в результате использования нерешенных проблем законодательства, отсутствия четкости новых правил жизни, прямого их нарушения.

Процесс нового структурирования болезненно, но наиболее результативно протекал в среде интеллигенции. Критерием разли­чий стал не привычный уровень образования, а имущественный. Ошибки экономических реформ, новые критерии различия привели к болезненной коллизии в её среде. Возникли процессы, приведшие многих в категорию «новых бедных». Но из этой среды вышли и первые олигархи. Из нее же преимущественно формировался и средний класс.

Сложилась уникальная ситуация: одной из основных про­блем постсоветских реформ стал высокий стартовый уровень образованности всего общества и, как следствие, завышенный уровень ожиданий. Он стал психологической помехой в новых условиях жизни. Социологи заговорили о возрождении в России **«культуры бедности».** Эта **«культура бедности»** являлась частью советской традиции (несколько преодоленной в брежневский период). Политические дискуссии способствовали поляризации психологии российского общества на тех, у кого формировалось отношение к власти как к антинародному правительству, и тех, кто пытался «оседлать» время, понять суть и смысл текущих перемен.

Массовое сознание отказывалось признать законными итоги приватизации. Политические лидеры левого толка твердили, что истинная духовность несовместима с бизнесом. Особенную активность проявляли коммунисты и «почвенники». **Партии либерального спектра не осознавали, что массовое сознание нуждается в реалистическом подтверждении идей либерализма.** В повседневной жизни россиянин нуждался в конкретном объяснении конкретной связи роста цен на нефть, либерализации валютной системы с его личным интересом. **Либеральные партии и их политтехнологи не умели работать с массовым сознанием: создавать продуктивные технологии жизни: веру в себя, в свое дело, в свою страну.**

В итоге профессиональная интеллигенция оказалась выведенной за рамки интеллектуальных активных и эффективных действий. Частное предпринимательство во всех сферах культурной жизни утверждалось в трудных условиях.

Творческая элита оказалась психологически не готова к интеллектуальной модернизации страны, утрачивала ранее огромный общественный статус. Упускалось из виду, что молодежь, получившая среднее образование и тем более окончившая в постсоветские времена университеты, в том числе зарубежные, начинала жить в иной реальности.

Сложные и противоречивые взаимоотношения бизнеса с обществом начали формировать в сознании молодежи образ предпринимателя не только как человека с живым умом, энергичного, самостоятельного, с твердой волей, но и с творческой жилкой, природной смелостью, умением пойти на риск, и при этом остающегося внутренне свободным. Образы российских предпринимателей из экономических, социологических, культурологических учебных курсов лишь начинают перекочевывать в новую литературу, в кинофильмы режиссеров нового поколения.

**В 2002-2005** гг. появилась серия кинофильмов: Ф. Янковского **(«В движении»),** Р. Прыгунова**(«Одиночество крови»),** А. Стриженова и С. Гинзбурга **(«Упасть вверх»),** А. Учителя **(«Прогулка»**), П. Лунгина**(«Олигарх»**). В них поднята проблема цены, которую платит молодое поколение за жизненный успех. Но молодежь внимательнее присматривается не к легализовавшимся бандитам и миллиардерам-нефтяникам, а к карьере отечественного «Билла Гейтса». Им интереснее тип владельца компании по продвижению мобильных средств связи, сетей провайдеров Интернета и т. п. **Кинематограф еще не готов программировать его как победителя, но приближается к реальному жизненному прототипу российского предпринимателя, как столичного, так и провинциального** (А. Попогребский и Б. Хлеб­ников **«Коктебель»**). Литература и искусство болезненно ищут подходы к осознанию сути современного предпринимательства.

Впервые в российской истории не великая русская литература подсказывала образцы должного, а электронные технологии воспроизводили образ сущего, объективировали его.

Серьезную поддержку в освоении новых признаков, связей, функций и отношений, характерных для информацион­ного (сетевого) общества, в особенности молодежью, оказали компьютер, мобильные средства связи и Интернет. В апреле **1994** г. Международная организация InterNIC зарегистрировала домен верхнего уровня RU. Это событие стало официальным призна­нием России как государства, представленного во Всемирной паути­не. В **1997 г**. количество пользователей Интернетом составляло всего **108 590** человек. В **2002** г. Интернетом пользовалось **4 млн.** россиян. Появилиськрупные порталы: Rambler, Яndех, Port.Ru, List.Ru и др. Аудитория каждого портала в месяц составляла сотни тысяч посетителей и приближалась к миллионной.

Появились сайты с актуальной информацией о новых научных технологиях, здоровом образе жизни, о СПИДе и терроризме.

В2007 г. сайт «Одноклассники» объединил молодых людей, обмениваающихся информацией о своих успехах в новой жизни. Современные  информационные технологии активно использует и церковь.

Уровень проникновения Интернета к 2004 г. составил 10-15% по России в целом и около 40-50% по Москве. Аудитория Рунета составила 13% населения страны. По данным ФОМ, весной 2005 г. 17,6 млн., в 2007 г. – 35млн россиян пользовались Интернетом.

С 1993 г. отмечен колоссальный рост числа покупаемых компью­теров. К 2000 г. он достиг 5 млн. шт. **К 2000 г. отставание России от Европы в элементарной обеспеченности компьютерами уже стало некритичным**. На руках у пользователей находилось 6,2 млн. персо­нальных компьютеров. **В 2009 г. можно говорить о массовой домашней компьютеризации.** Она служит эффективным инструментом развития и удовлетворения разнообразных социальных и личностных Потребностей людей и рассматривается как необходимая ступень сформирования информационного общества.

За два-три года россияне освоили пейджер. Но все рекорды по­било освоение сотовых телефонов, в первую очередь школьниками и студентами. Россияне живо реагируют на появление новых тех­нологий, видят в опциях «мобильника» эффективные возможности для коммуникации, способ освоения меняющегося мира. В 1993г. «мобильники» были лишь у чиновников высокого уровня. В последующие годы их количество ежегодно удваивалось. По данным газеты «Газета», в августе 2004 г. россияне пользовались 54 млн. мобильных телефонов, в октябре — уже 65 млн. В 2005 г. услугами мобильной связи пользовались 126 млн человек. В 2008 г. Россия вышла на второе место в мире по числу мобильных телефонов, обогнав США, причем в крупных городах многие имели по две и более S1M карты.

В феврале 2001 г. Председатель Правительства подписал распоряжение о разработке федеральной целевой программы «Электронная Россия». Государственная власть стремилась стать столь же конкурентоспособной, что и общественные или рыночные институты

**Главная проблема заключалась в человеке, использующем новейшие технологии, и целях их использования. В рассматриваемый период российское общество еще не сформировало объединительной цели, ибо коммунистические и либеральные общественные ориентиры разнонаправлены и чужеродны друг другу по своей сути.** Эти ориентиры не стремились, да и не могли найти поле для взаимодействия. Они создали причудливую **мозаичность культурно духовного пространства**. Мозаичность усложнена поисками путем использования национальных культур с собственными архетипами

Современные российские либералы стремились приумножить, идейно-нравственный потенциал, обретенный в годы перестройки. Они опирались, главным образом, на идеи высланных в 1922 г. русских философов, в частности **Н. Бердяева**, о том, что «классовая борьба — первородный грех человеческих общества». Верные теоретически, эти оценки плохо корреспондировались с результатами экономических реформ. **«Шоковая терапия» уже к 1993 г. выявила глубочайшие проблемы в ключевой идее либерализма – личной свободе и умении пользоваться ею.** Как подытожил поэт Е. Евтушенко, «мы не знали, что такое свобода вообще, мы идеализировали свободу. Нам представлялась, например, свобода слова волшебным ключом к процветанию. А оказалось, что это совсем не так».

**В советской культуре были загнаны в подполье национальные основы культур всех народностей и русской культуры.** В ходе острых дискуссий и поисков национальные культуры интенсивно обрастали идеями разных исторических периодов. Культурно-духовное пространство на российских просторах наполнялось мифами, история­ми далекого, не всегда реального прошлого.

В 1992-2000 гг. народы России искали пути выхода из шокового состояния, пытаясь актуализировать прошлое в настоящем. **В куль­турно-духовном пространстве России на фоне чеченской войны, сепаратистских проявлений в ряде субъектов Федерации (Якутия-Саха, Татарстан) наметился кризис представлений о едином, пусть не всегда счастливом, прошлом, затрудняя поиски объединительной  цели.** К 2000 г. интеллектуальный ресурс актуализации прошлого исчерпал себя, изменив и фокус общественного внимания. Осмысляя исторический опыт, обществоведы, политики, философы и ис­торики в 2001-2009 гг. концентрируют внимание в дискуссиях на идеологических основах нового Российского государства. Кампании по изучению «белых пятен» отходили в сферу академических ис­следований. Внимание общества с прошлых обид (колониального прошлого, репрессированных народов, трагедии коллективизации и т. п.) переключается на реализацию начавшихся в 2005 г. реформ в социальной, образовательной сферах. Национальные программы ставят цель повысить личную ответственность за выбор, сделанный  каждым, понимание нового образа российской государственности,  уточнение сфер ответственности власти и прав гражданина.

Культурный облик россиян 2000-2009 гг. представляет собой материк, динамично прорастающий как культурными элементами информационного общества, так и элементами традиционных религий и этнических культур народов России.

Культуратехногенной цивилизации несет в себе новые ценности, устанавливает новые общественные отношения. Россияне находятся всложном процессе поиска рецепта формальных и содержательных критериев вхождения в эту цивилизацию. Это — главная проблема, рецепты для ее решения ищутся в срочном порядке. **Психология россиян начинает приучаться к толерантности, пропускать через фильтры массового сознания эстетику жизненных перемен.**

Духовные и мировоззренческие настроения и самочувствие рос­сиян обрастают опытом взаимодействия ценностных критериев, об­служивающих информационное общество и каждого индивидуума с собственным национальным архетипом. Начинают выстраиваться цепочки сложных взаимоотношений. Духовная элита, как и обще­ство в целом, все чаще начинает пересекаться с полномочиями и по­ведением управленческих аппаратов, создаваемой законодательной визой. С 2000 г. этот процесс гибко развивается как процесс взаимоотношений элиты с центральными и периферийными центрами власти. Идет процесс взаимодействия, взаимозависимости, взаимного использования.

Россия движется по пути к информационному обществу, вырабатывая собственный его инвариант. Россияне не хотят воссоздания ни плановой экономики, ни государства тайной полиции. Не осталось ранее привычной единой системы предпочтений. В период капитальной реконструкции российское общество переформировывает свою культурную систему. Общество начинает воспринимать специфический характер и функцию самой культуры, ее отличие от советской культуры, когда одна идеология определяла общественный и индивидуальный менталитет, одно литературное или художественное направление формировало общественное сознание. **На место регулирующей идеологии и политики партии пришла «информационная власть».** В обществе идет интенсивная интеллектуальная работа. Уточняется отношение к историческим и национальным ценностям и культурным феноменам. Они и противостоят, и сосуществуют в культурно-духовном пространстве, не теряя функциюдуховного богатства, обретая прагматические и коммерческие черты, облик средств коммуникации.