САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

НГУЕН Тхи Нгок Линь

Выпускная квалификационная работа

ПОПУЛЯРНАЯ МУЗЫКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИКИ “МЯГКОЙ СИЛЫ” США В РОССИИ

POPULAR MUSIC AS AN INSTRUMENT OF THE US “SOFT POWER” POLICY IN RUSSIA

Направление 41.03.05 - «Международные отношения», Основная образовательная программа бакалавриата «Международные отношения»

Научный руководитель:

к.п.н., доцент

БОГУСЛАВСКАЯ Ю.К.

Рецензент:

 к.и.н., доцент

БОГОЛЮБОВА Н.М.

Санкт-Петербург

2018

Содержание

[**Введение.**](#_c0tkvtwnc2ok) **2**

[**I.Популярная музыка в международных отношениях: теоретический аспект.**](#_wrxn3wi0dm7a) **9**

[1.1. Популярная культура в международных отношениях сквозь призму концепции “мягкой силы” и альтернативных концепций.](#_bs858s7pqmdp) 9

[1.2. Современные исследования о роли музыки в международных отношениях.](#_uu1eikt18j8) 18

[**Глава II Анализ песенных чартов 2013- 2017.**](#_5sqen5vltdkm) **24**

[2.1. Анализ российских музыкальных чартов за 2013 год.](#_9hcskfduo8b3) 25

[2.2. Анализ российских музыкальных чартов за 2014 год.](#_anvgl0nhev2h) 32

[2.3 Анализ чартов российских музыкальных за 2015 и 2016 год.](#_gixfsi364o33) 34

[2.3 Анализ российских музыкальных чартов за 2017 год.](#_5vrjox1s74oz) 37

[**III. Американские популярные артисты как международные акторы. Их влияние на российских поклонников.**](#_7zmx2s1rl0lq) **41**

[3.1 Case-studies: международная деятельность Кэти Перри,Рианны, Деми Ловато.](#_odeffk5kp09j) 41

[3.2. Результаты онлайн- опроса: “Влияние американских исполнителей на российских поклонников.](#_58jbr7xiow2y) 46

[3.3 Анализ текстов “проблемных” песен американских исполнителей.](#_m3iuvl7mkaa1) 55

[**Заключение**](#_m25zqgesirqt) **64**

[**Список источников и литературы:**](#_74un75hf82l2) **67**

[**Приложение**](#_l8dyjc911kuo) **73**

# Введение.

“Музыка может изменить мир, поскольку она способна изменить людей”- слова вокалиста ирландской группы U2 Боно (Пола Хьюсона).

Актуальность работы основывается на том что, во - первых, популярных американских исполнителей знают и слушают люди по всему миру, и они, в свою очередь, совершают мировые турне. Безусловно у них есть конкуренты, преимущественно в лице британских, канадских исполнителей. Тем не менее, именно США находятся в центре мировой музыкальной индустрии, как минимум потому что на мировом музыкальном рынке доминируют три звукозаписывающие компании - лейблы, которые являются американскими: Universal music group, Sony Music Entertainment, Warner Music Group. Так как деятельность музыкантов не ограничивается только творчеством: они также занимаются активной общественной деятельностью, в том числе международной, они могут и оказывают влияние на международные отношения путём воздействия на "умы и сердца" поклонников. Во- вторых , тема музыки в рамках международных отношений мало изучена. Данные положения диктуют необходимость изучить роль популярной музыки в международных отношениях и влияние американской популярной музыки на российское общество.

Таким образом, **объектом** исследования является американская популярная музыка.

**Предметом** исследование является влияние американской популярной музыки, а также общественной деятельности самих исполнителей на российских поклонников.

**Целью** является определить популярна ли американская музыка в России и выявить какое влияние американские исполнители оказывают на российских слушателей.

В соответствии с поставленной целью автор ставит перед собой следующие **задачи**:

1. Изучить ведущие современные теоретические концепции о роли популярной культуры и популярной музыки в частности в международных отношениях, а также определить, как популярная культура, популярная музыка и популярные американские артисты могут “функционировать” в рамках международных отношений.
2. Проанализировать чарты основных музыкальных источников: радио, телевидение, Интернет- за 2013-2017 год, чтобы определить степень присутствия американской музыки и заинтересованности к ней в России.
3. При помощи case-studies раскрыть роль американских популярных артистов в международных отношениях.
4. Провести опрос среди поклонников американских исполнителей и интервью с целью выявить, какое влияние оказывают американские артисты.
5. Изучить тексты американских песен и определить, какие социальные темы они затрагивают.

Соответственно, в ходе написания работы были использованы следующие методы исследования:

1. общенаучные методы: анализ , синтез, классификация, наблюдение и обобщение.
2. методы сбора информации, статистической обработки и интерпретации полученных данных при изучении чартов.
3. метод контент - анализа текстов песен, использованный для выявление основных идей/ценностей, продвигаемых американскими артистами в своих песнях.
4. метод анкетного опроса и интервьюирования для определения конкретного влияние песен, деятельности американских артистов на российских поклонников.
5. метод case- studies для определения роли американских артистов как международных акторов.

**Научная новизна** работы основывается на предмете и цели исследования. Была предпринята попытка оценить степень и характер влияния американской популярной музыки на российскую публику с применением метода опроса и интервью. В результате было выявлено не только моральное, психологическое воздействие, но и влияние в форме принятия поклонниками идей гендерного равенства, толерантного отношения к ЛГБТ сообществу. Метод контент - анализа текстов песен позволил раскрыть, какие ещё общественно- политические проблемы раскрываются в американских песнях, благодаря которым поклонники узнают что-то новое касательно истории США, американского общества, правительства. Отметим, что согласно данным проведённого опроса, под ценностным влиянием оказываются в основном молодые люди: 15-20 лет.

В ходе работы автор стремился показать, что музыка может играть разные роли в международных отношениях. Музыка может служить не только манипулятивным, политическим инструментом США, направленным на оказание влияние на общества других стран, направленным на повышение имиджа страны. Музыка является также сферой коммуникации ( как между артистами и поклонниками, так и в целом между культурами).

Также автор считает необходимым во введении указать следующее: под популярной музыкой имеется в виду музыка любых жанров: рок, рэп, электронная музыка, но преимущественно это всё-таки поп жанр. Тем не менее, главный критерий популярной музыки- проигрывание на радио, ТВ, прослушивание и покупка в Интернете. Второе положение, которое нужно отметить на данном этапе работы-это почему автор рассматривает популярную музыку через призму понятия “неофициальная внешняя культурная политика”, которое использует в своей работе Г.Ю. Филимонов, а не через понятия “культурной дипломатии”, “публичной дипломатии”. Вопросами содержания термина “внешняя культурная политика” занимаются профессор Санкт- Петербургского университета В. И. Фокин, кандидаты исторических наук Н.М. Боголюбова и Ю.В. Николаева. Под внешней культурной политикой в работе “Выработка определения внешней культурной политики в современном научном дискурсе.” Н.М. Боголюбова и Ю.В. Николаева подразумевают следующее: “внешняя культурная политика – это комплекс мер, разрабатываемых и реализуемых государством на внешнем уровне, во-первых, для продвижения национальной культуры и языка за рубежом и, во-вторых, для создания благоприятной внешнеполитической конъюнктуры, способствующей более эффективной реализации внешнеполитического курса.”[[1]](#footnote-0) Авторы исследования отмечают различие между “внешней культурной политикой” и “культурной дипломатией”, так как последнее означает “ область дипломатической деятельности государства, в которой культура играет роль объекта и средства в достижении первостепенных целей внешней политики государства, то есть создавать позитивный образ страны, популяризировать национальную культуру и языки в других странах”. Термин “публичная дипломатия” в работе Джозефа Ная характеризуется как “ инструмент, который используется правительствами для мобилизации, коммуникации и привлечения обществ других государств.”[[2]](#footnote-1) Проблема определения термина “публичная дипломатия” затрагивается в работе доктора исторических наук Н.А.Цветковой: “Публичная дипломатия США — это правительственный механизм, нацеленный на реализацию внешнеполитических задач США и включающий в себя такие методы, как: 1) информационные проекты (пропаганда); 2) образовательные и культурные обмены и 3) проекты в сети Интернет (цифровая дипломатия США).”[[3]](#footnote-2)

 Так как автор работы хочет показать, что музыка может быть не только сугубо политическим инструментом в области международных отношений, в работе используется термин “неофициальная внешняя культурная политика США”; слово “неофициальная” добавляет смысл отсутствия прямого участия правительства США , что позволяет говорить и понимать популярную музыку шире чем политический инструмент.

**Степень научной изученности проблемы.**

Исследований, рассматривающих музыку в контексте международных отношений немного. Работ, связанных с местом американской популярной музыки в России, с оказанием влияния американских артистов на российских слушателей нет. Для того чтобы определить место, функции, роль популярной музыки в международных отношениях, а также ознакомится с методами анализов затрагиваемых в работах проблем, связанных с данной темой, автор изучил литературу о:

Во-первых, популярной культуре: Михельсон О.К “Популярная культура: к вопросу о термине”[[4]](#footnote-3), Костина А.В “Массовая культура: аспекты понимания”[[5]](#footnote-4), “Популярная культура”[[6]](#footnote-5); Сыров, В.Н “Массовая культура: мифы и реальность”[[7]](#footnote-6)- данные работы показывют сложность феномена “популярной/массовой культуры”, обобщают подходы к “ популярной/массовой культуре”, что позволяет понять, как популярная культура может оказывать влияние, функционировать в рамках международных отношений.

Во-вторых, работы Дж. Ная по “мягкой силе”: . “Public Diplomacy and Soft Power”[[8]](#footnote-7), “Будущее власти”[[9]](#footnote-8).

В-третьих, работы, в которых освещается тема популярной культуры и концепции “мягкой силы” :Rowley, C., Weldes “From Soft Power and Popular Culture to Popular Culture and World Politics”[[10]](#footnote-9), Филимонов, Г.Ю “«Мягкая сила» культурной дипломатии США”[[11]](#footnote-10), Galia Press-Barnathan “Thinking about the Role of Popular Culture in International Conflicts”[[12]](#footnote-11)

В-четвёртых, работы, которые дают понять, что возможно изучать место музыки в международных отношениях с различных ракурсов: Peter Achterberg, Johan Heilbron, Dick Houtman, Stef Aupers “A Cultural Globalization of Popular Music? American, Dutch, French, and German Popular Music Charts (1965 to 2006)”[[13]](#footnote-12); Ulrich Franke, Kaspar Schulz “ “They Don’t Really Care About Us!” On Political Worldviews in Popular Music”[[14]](#footnote-13); Jonathan R. Pieslak “Sound Targets: Music and the War in Iraq”[[15]](#footnote-14)

В качестве источников были использованы:

1) чарты: а) чарты Itunes - публиковались на сайтах lenta.ru[[16]](#footnote-15) (в разделе культура) и intermedia.ru[[17]](#footnote-16) ( в разделе чарты, рейтинги, хит-парады),б)чарты Европы плюс[[18]](#footnote-17) ( на сайте eurohittop40.ru , который содержит весь архив хит-парада радиостанции), в) чарты муз-тв[[19]](#footnote-18) (на сайте канала muz-tv.ru ), г) чарты tophit.ru[[20]](#footnote-19)

2) результаты онлайн-опроса, составленного автором и интервью с администраторами фан-сообществ

3) тексты песен (взятые с сайта genius.com )

4) видео-интервью и клипы знаменитостей.

5) материалы, представленные в фан-группах популярных исполнителей.

Структурно работа выглядит следующим образом.

Тема популярной музыки и в целом музыки в рамках международных отношений является мало изученной, поэтому автор рассматривает в начале первой главы феномен популярной культуры. Анализ работ посвященных популярной культуре даёт возможность выявить, как она может функционировать в рамках международных отношений, соответственно это даёт представление о том, как популярная музыка может функционировать. Затем автор рассматривает основные положения концепции“мягкой силы”, (что необходимо, так как культура является источником “мягкой силы”), а также ограничения, которые появляются при изучении роли популярной культуры через призму “мягкой силы”. Так как США доминирует в производстве продукции массовой культуры далее в работе кратко рассматриваются термины культурный империализм, американизация, глобализация, глокализация и гробализация, указывается на взаимосвязь популярной культуры и имиджа США. Первая половина первой главы заканчивается тезисом , что популярная культура может быть также связана с международными отношениями в контексте вооруженных конфликтов и в связи с существованием celebrity politics- феномене возникшем на стыке политики и популярной культуры. Вторая часть первой главы посвящена обзору литературе о музыке в рамках международных отношениях. При обзоре теоретической базы далее автор раскроет основные идеи рассмотренных работ.

Вторая глава посвящена анализу музыкальных чартов в период 2013-2017. Так как в России отсутствует официальный чарт, который бы учитывал физические, онлайн продажи, популярность песен на радио и данные стриминга, для более полного обзора автор рассмотрел **радио чарты** (чарты самой популярной радиостанции в России-Европа Плюс и медиа-проекта tophit.ru, который публикует чарт на основе данных нескольких радиостанций, что важно, так как радио Европа Плюс изначально ориентируется на западную музыку), **чарт телеканала** Муз-тв (так как канал с 2015 является обязательным общедоступным каналом), **чарты онлайн-магазина** Itunes. Автор остановится на последнем чарте подробнее, так как Itunes обусловил начальную границу хронологического анализа. В декабре 2012 года в России открылся онлайн-магазин Itunes Store. В связи с тем, что в России широко распространено нелегальное прослушивание и скачивание песен, приобретение песен является важным показателем заинтересованности со стороны слушателя, поэтому отправной точкой анализа чартов является 2013 год. По данным на 2016 года число российских подписчиков на сервисе Apple music, который предоставляет доступ к каталогу Itunes , составило 600 000 подписчиков[[21]](#footnote-20). Чарты Itunes, хотя и отражают интерес ограниченного круга людей- владельцев “яблочных устройств”, но они наиболее объективно показывают предпочтения слушателей по сравнению с чартами телеканала Муз-тв и радио Европа Плюс, которые составляются редакциями. Автор также рассмотрел для более объективного оценивания предпочтений слушателей: 1) какие музыкальные клипы соответствуют предпочтениям зрителей на сайте Муз-тв (канал предоставляет возможность голосовать за понравившиеся клипы интернет-пользователям, тройка лидеров в чартах от канала), 2) итоговый Еврохит Топ 40 от Европы Плюс, который по заявлению радиостанции формируется на основе зрительского голосования (но с точки зрения владельца сайта с архивом Еврохит Топ 40 который на протяжении многих лет занимается анализом чартов Европы Плюс, Еврохит Топ 40 всё же формируется редакцией радиостанции, мнение зрителей может и учитывается, но не играет определяющей роли[[22]](#footnote-21)). Однако автор хотел бы отметить, что формируемые редакциями радио и ТВ чарты равноценно важны для исследования, так как радио и ТВ влияют на музыкальные предпочтения, являются источниками, благодаря которым ,большая аудитория слушателей узнаёт новые для себя песни и новых исполнителей. В ходе исследования автор также обращался к данным о популярных песнях на Яндекс.музыке, на сайте Zaycev.Net, Вконтакте (только за 2017 год, так как более ранней официальной информации нет), на Youtube, но основой работы послужили ранее упомянутые платформы и соответственно следующие 6 чартов: недельные чарты Европы Плюс, итоговый Еврохит ТОП 40, месячные чарты tophit.ru, недельные чарты Муз-ТВ, недельные предпочтения зрителей Муз- ТВ, недельные чарты Itunes. Анализ чартов был проведён с целью определить количественное, процентное присутствие американской музыки на радио, ТВ и интерес к ней со стороны российских Интернет-пользователей, слушателей. Методика исследования описана подробно в самой главе. Автор ограничился количественным анализом песен, а не содержательным, так как обычно хитами не становятся песни, затрагивающие социально-политические проблемы.

 В заключительной главе автор с помощью метода case-studies определяет роль и функции американских популярных артистов в качестве международных акторов, рассматривая деятельность певицы Кэти Перри (Katy Perry)- посла ЮНИСЕФ, певицы Рианны ( Rihanna) - посла Глобального партнерства в области образования (The Global Partnership for Education) и Деми Ловато- посла организации We charity ( ранее известная под названием Free The Children-Свободу детям). Также автор связывает **акторность** американских популярных артистов 1) в связи с террористическими актами, произошедшими в Париже, в театре “Батаклан” на концерте группы Eagles of Death Metal и в Манчестере на концерте певицы Арианы Гранде (Ariana Grande) , 2) в связи с тем, что некоторым американским артистам запрещён въезд в некоторые страны 3) в связи с фактом, что американские популярные артисты известны во всём мире, соответственно они оказывают влияние на поклонников разных стран, и не только с помощью текстов, но и с помощью интервью, публикаций в социальных сетях и непосредственно с помощью концертов.

Ядром главы послужили результаты онлайн- опроса, составленного с целью выявить какое влияние оказывают американские популярные артисты на российских поклонников. Опрос был опубликован в нескольких сообществах Вконтакте- в самых крупных фан-группах, посвящённых певицам: Рианне, Тейлор Свифт, Деми Ловато, Майли Сайрус, Ариане Гранде. Автор признаёт некоторую долю субъективизма при выборе групп, так как выбор был основан на эмпирических знаниях: наблюдением за новостными публикациями об американских исполнителях и наличием общего представления о творчестве и деятельности именно данных певиц. Существуют фан-сообщества, посвященные американским исполнителям в разы превосходящие количество поклонников указанных певиц, но именно эти певицы являются одними из наиболее активных звёзд в общественно-политической жизни США. В целом, общий перечень причин, почему автор выбрал данных исполнительниц описаны в главе. Добавим то, что несмотря на выбор конкретных фан-сообществ, респонденты отмечали влияние и других артистов, которые как раз и имеют большие фан сообщества в России. Содержание вопросов в опросе и причины, почему они были заданы респондентам подробно отражены в главе. Текст опросника включен в приложение.

В завершении главы автор предпринимает попытку классифицировать песни и проанализировать тексты, чтобы определить проблемы, которые поднимаются американскими артистами. Автор постарался при выборе песен уловить баланс между более яркими песнями (раскрывающими проблемы в США) и известностью данных песен или исполнителей в России.

# **I.Популярная музыка в международных отношениях: теоретический аспект.**

## **1.1. Популярная культура в международных отношениях сквозь призму концепции “мягкой силы” и альтернативных концепций.**

**Популярная культура.**

Феномен массовой/популярной культуры является многообразным и сложным. “ “Несколько упростив, можно заметить, что оценка популярной культуры менялась от практически однозначно негативной к все более позитивной.”[[23]](#footnote-22)

В статье О.К Михельсона “Популярная культура: к вопросу о термине” в сжатой, но глубокой форме изложена эволюция возникновения и смыслового наполнения данных терминов, их сосуществование. Проблема заключается в том, что исследователи, независимо от того приравнивают ли значения “популярной”, “массовой” культуры или нет, они дают собственные трактовки массовой/популярной культуры.

А.В. Костина отмечает, что в западной социологической и философской литературе данные термины: массовая культура и популярная- отождествляются, в то время как отечественная литература их разделяет, принимая во внимание следующее:

1. Исторически “популярная культура” появилась раньше: и как термин, и как феномен. “Термин «популярная культура» по всей видимости был использован еще в 1818 году швейцарским педагогом и просветителем Иоганном Генрихом Песталоцци в его «Обращении к британской нации» , в котором он популярной культурой скорее обозначил просвещение народа.[[24]](#footnote-23) Понятие “массовой культуры было введено в начале 1940-х представителями Франкфуртской школы[[25]](#footnote-24).
2. “От массовой культуры популярную отличает отсутствие ее изначальной ориентации на включенность в коммерческую индустрию и естественная, а не особым образом синтезированная популярность. Популярная культура находится ближе, чем массовая, к образам, языку, идеалам народной культуры, реальнее отражает мифы и ориентиры народного сознания”[[26]](#footnote-25)

В рамках исследования мы будем использовать данные понятия как синонимы, и оперировать широким и нейтральным определением массовой/популярной культуры- “как область культуры, доступная для понимания представителям всех социальных слоев и групп и получившая широкое распространение в обществе.[[27]](#footnote-26) Тем не менее, для дальнейшего рассмотрения роли популярной культуры уже в международных отношениях необходимо привести примеры иных толкований массовой/популярной культуры, которые были “кодифицированы” Джоном Стореем в работе “Теория культуры и популярная культура”:

* представители Франкфуртской школы делают акцент на коммерческую и манипулятивную составляющую массовой культуры, интерпретируя её как “как средство, позволяющее высшим классам управлять более низкими слоями общества, давая им примитивные развлечения, позволяющие компенсировать неудовлетворенность социальной несправедливостью, таким образом, она имеет и компенсаторно - эскаписткую функцию.[[28]](#footnote-27)
* представители школы Культурных исследований (Cultural Studies) Бермингемского университета определяют её как народную, «культуру людей и для людей»”
* популярная культура через концепцию гегемонии Грамши представляется как территория идеологической борьбы между доминантными и подчиненными классами и культурами, причем, система эта подвижна и динамична, но в ней постоянно соблюдается определенный баланс: явление высокой культуры может превратиться в массовое, и, напротив, популярная культура может стать элитарной[[29]](#footnote-28)

Отдельно отметим точку зрения А.В Костиной, которая рассматривает массовую культуру как “один из механизмов реализации процедур **понимания** в современном мире”, в котором, в связи с усилением взаимосвязи обществ, принадлежащих к разным культурам, возникают конфликты. Автор отмечает, что массовая культура “ изначально сформировалась как адаптационная система, как механизм социализации... как одна из форм, осуществляющих стабилизацию существующей социальной системы”[[30]](#footnote-29) соответственно она также способствует возникновению международного взаимопонимания путём воспроизведения. При этом, А.В. Костина связывает **возникновение понимания через коммуникацию, диалог**: “В рамках одной социокультурной системы она [массовая культура]организует информационный обмен между социальными и культурными общественными группами, в границах глобального пространства —между культурными и цивилизационными мирами.” Происходит “обмен картинами мира, системами представлений и ценностей, образцами поведения.”[[31]](#footnote-30)

Данный небольшой экскурс в понимание феномена популярной культуры был необходим, чтобы показать, что сама по себе массовая культура может интерпретироваться по-разному, поэтому её роль в международных отношениях может рассматриваться с разных точек зрения. Наряду со взглядом на популярную культуру как на политический инструмент оказания влияния, манипулирования, в науке существует взгляд на неё как на нейтральное явление: средство коммуникации. Изучение роли массовой культуры в рамках международных отношений началось благодаря концепции “мягкой силы”, поэтому далее будут освещены её основные положения.

**Мягкая сила.**

Концепция “мягкой силы” была сформулирована американским учёным Джозефом Наем. Дж. Най даёт следующее определение “мягкой силе”- «способность воздействовать на других для получения желаемых результатов путём привлечения, а не принуждения или подкупа»[[32]](#footnote-31)

Она обладает следующими отличительными характеристиками:

* успешный результат её действия зависит больше от самого объекта воздействия чем от субъекта.
* результаты приходят с течением длительного времени
* государство не является единственным обладателем инструмента “мягкой силы”[[33]](#footnote-32)

Желаемый результат или желаемое поведение другого государства достигается благодаря трём основным источникам “мягкой силы” страны : “её культура ( в местах, где она привлекательна для других) 2) её политические ценности (когда она [страна] сама живёт согласно этим ценностям и руководствуется ими в отношениях с другими странами) 3) её внешняя политика (когда другие считают её законной и имеющей моральное право”[[34]](#footnote-33) Автор также отмечает, что в определённых ситуациях и экономические, и военные ресурсы могут быть источниками “мягкой силы”.

“Говоря о США, Дж. Най уточняет, что другими источниками «мягкой силы» США, кроме культуры, политических ценностей и внешней политики, являются еще такие аспекты внутренней политики США, как политическое устройство, социальное поведение американцев, отношение к меньшинствам, технологии и экономика США.”[[35]](#footnote-34)

Дж. Най также отмечает, что не только государства обладают мягкой силой. НПО, ТНК, отдельные знаменитости также могут использовать свою “мягкую силу”.

Дж.Най выделяет две модели воздействия мягкой силы:

1. прямое воздействие, например: одно государство при помощи ресурсов мягкой силы воздействует на правительственные элиты другого государства, возникает сила притяжения, и в результате элиты принимают желаемое решение для государства.
2. Косвенное воздействие/двухступенчатая модель- когда объектом воздействия является общественность, которая в свою очередь уже влияет на элиты, тем самым создавая обстановку способствующую или не способствующую принятию решения.

Учитывая то, что носителями мягкой силы могут быть и иные акторы помимо государства, две вышеупомянутые модели могут использоваться и негосударственными игроками.

Как уже было отмечено, изучения роли популярной культуры в международных отношениях связывается появлением концепции “мягкой силы”. Однако авторы исследования “От мягкой силы и популярной культуры к популярной культуре и мировой политике”[[36]](#footnote-35) заметили 4 аспекта ограничивающих изучения популярной культуры в рамках исследований о “мягкой силе”:

1. теоретическая и эмпирическая необоснованность причинных/казуальных утверждений ( “casual claims”) о роли популярной культуры- т.е в исследованиях обычно говорится о том, что люди начинают действовать или думать определённым образом, потому что “образы вводятся в головы людей”, соответственно казуальные утверждения ничем не подтверждены и основываются на “ негласном предположении”.
2. исследователи мягкой силы упрощают видение того, как и кем идея/замысел формируется и передаётся через популярную культуру. Авторы статьи говорят о том, что исследователи ставят знак равенства между коммуникацией и трансмиссией и рассматривают только упрощенную модель, где есть государство и люди, не учитывая роль иных акторов и то, что передаваемая информация может быть по-другому воспринята иначе.
3. В связи с тем, что популярная культура рассматривается в рамках причинно-следственных отношений, сами идеи, передаваемые через популярную культуру, и их возможность влиять, формировать (субъекты, объекты,интересы и т.д)- т.е конституитивная сила массовой культуры, остаются вне поля исследований .
4. Использование метафоры “инструмент” в работах о мягкой силе также а) усиливает акцент на причинно-следственные связи б) подразумевает в основном контроль со стороны государства и элиты и влияние на государственные интересы, мощь. Т.е иные эффекты исключаются.

Обзор основных положений концепции“мягкой силы” позволяет определить, что в рамках этой концепции популярная культура - это источник, благодаря которому государства достигают желаемого результата от другого государства. Обладателями мягкой силы могут быть отдельные личности, значит и американские артисты, которые, согласно концепции, могут действовать как прямо, так и косвенно.

**Американская популярная культура как мягкая сила**

Культура страны является одним из главных источников мягкой силы. В основе культуры лежат ценности. Американские ценности *привлекательны* для многих стран (особенно для молодёжи даже если их правительства враждебно настроены к США) , *схожи/разделяемы другими странами* (так как большинство стран являются демократиями) .

Культуру любой страны обычно разделяется на высокую и массовую. Данное деление на сегодняшний день весьма условно, потому что грани стираются, но мы в рамках исследования будем рассматривать массовую культуру как отдельную составляющую общей культуры страны.

Американская массовая культура “представляется истинно американским продуктом.. кроме того, между понятиями “американская культура” и “массовая культура” в ряде случаев можно поставить знак равенства, так как очень часто они взаимозаменяются и используются как тождественные ”[[37]](#footnote-36)

Распространение массовой культуры является наиболее эффективным способом трансляции американских ценностей. Эффективность обеспечивается, во-первых тем, что благодаря современным технологиям (телевидению,Интернету, планшетам и т.д ) она легко распространяется и является легкодоступной, во-вторых, благодаря таким качествам, которыми обладают продукты массовой культуры:

* банальность, упрощенность, поверхность воспроизводимых сюжетов, которые постоянно повторяются- **стандартизированность и стереотипизированность**
* **непосредственность воздействия** за счёт воздействия на чувства,эмоции и быстродоступности
* **развлекательный характер**
* **коммерческий характер**, предполагающий зрелищность и быстрозабываемость
* **компенсаторно-эскапистский характер-** продукты массовой культуры создают иллюзии, фантазии **,** которые выражают бессознательные влечения людей и восполняют их неудовлетворённость повседневным существованием[[38]](#footnote-37)

Американская массовая/популярная культура может продвигаться как при участии/содействии государства, так и без его участия. Г.Ю. Филимонов в своих работах для разграничения использует такие определения как ***официальная внешняя культурная политика США и неофициальная внешняя культурная политика:***

“ Под **официальной внешней культурной** политикой подразумевается механизм, прежде всего, государственного регулирования культурной сферы внешней политики. Но вместе с тем здесь имеются в виду и негосударственные рычаги управления и финансирования культуры... в лице частных филантропических фондов и спонсорских организаций.

Что касается **неофициальной внешней культурной политики**, то этот термин означает многоуровневое распространение американской массовой культуры”[[39]](#footnote-38). Под неофициальной внешней политикой автор подразумевает саму массовую культуру ( Голливуд, СМИ [которые также могут выступать в качестве инструментов официальной политики”. Г.Ю.Филимонов также говорит о том, что термин “неофициальная” подразумевает относительную неконтролируемость потоков распространения массовой культуры, а также относительную неконтролируемость содержания продукции.

В связи с доминированием США на рынке производства продуктов массовой культуры, распространение американской популярной культуры часто рассматривается как проявление **культурного империализма.**

 Культурный империализм сам по себе означает  “односторонний культурный экспорт западных [американских] ценностей, что приводит к закреплению и еще большему усилению экономической и политической зависимости вследствие разрушения национальной идентичности, созданию духовного разрыва между «вестернизированной» [американизированной] элитой и социальным большинством.[[40]](#footnote-39) Доминирование США также связывают с таким процессом как **американизация** -“ влияние культуры США на поп-культуру, бизнес-модели, язык и политику других стран”[[41]](#footnote-40)

 Питер Л..Бергер говорит о зарождении **глобальной культуры**, которая “по своему происхождению и содержанию безусловно американская. Сегодня английский язык , скорее в его американском , чем в чисто английском варианте , является языком зарождающейся глобальной культуры . Независимо от будущего американского имперского могущества никакого конкурента ему на горизонте не наблюдается .”[[42]](#footnote-41)

Вышеупомянутые: культурный империализм, американизация и глобализация - обоснованно подвергаются критике, так как при изучении данных феноменов, процессов применяется односторонний подход и не учитывается то, как популярная американская культура воспринимается. В рамках последнего исследования (от 26 июня 2017 года) , посвящённого имиджу США, Pew Research Center спрашивал у людей, считают ли они распространение американских идей и традиций в их странах положительным или отрицательным явлением. Результаты показали, что в большинстве странах американизация воспринимается негативно. Например, в Германии лишь 26%, ***в России 27%***, в Индонезии 15%, в Турции 13% опрошенных не видят плохого в распространении американских ценностей. Срединное значение положительного отношения к американизации в европейских и латиноамериканских странах (без России) составляет 52%. Исследование также показало, что в 21 из 37 стран молодое поколение по сравнению со старшим люди,считают американизацию положительной для их общества.[[43]](#footnote-42)

Поэтому наряду с американизацией и глобализацией необходимо упомянуть такой процесс как **глокализация**. Определение глокализации “появилось оно в конце 1980-х – начале 1990-х гг. как реакция исследователей на критику процессов глобализации”. Однако многие исследователи, как говорится в статье Е.Ф.Авдокушин “Глокализация как объективный процесс и корпоративная стратегия” начали её рассматривать так, что суть глокализации свелась “к инструментальной второстепенной роли для выполнения главной задачи – реализации масштабных процессов мировой глобализации”[[44]](#footnote-43) В рамках исследования мы будем придерживаться следующего понимания глокализации как:

* синтез локальных культур с достижениями глобальной мультикультурной цивилизации[[45]](#footnote-44)
* взаимопроникновение глобального и локального, приводящее к возникновению уникальных комбинаций в каждой отдельно взятой местности[[46]](#footnote-45)
* возрастание роли локальных местностей, городов, районов, повышение внимания к местной самобытности- параллельное глобализации и направленное на ускорение мирового развития, гармонизацию общества[[47]](#footnote-46)

Будет логичным также упомянуть концепцию **мультикультурализации** которая утверждает, что новая (глобальная) культура основана на сосуществовании, а не смешивании различных национальных культур, поэтому её сравнивают с «салатной миской», в которой проявляется культурное разнообразие.

Возвращаясь к доминирующему положению США в культурной сфере также необходимо отметить такой процесс как **гробализация,** который связан со всеми вышеупомянутыми процессами и противоположен **глокализации**. Данную концепцию сформулировал американский учёный Джордж Ритцер, он даёт следующее определение “гробализации-империалистические амбиции наций, корпораций, организаций и т. п., а также их желание и необходимость навязывать себя в различных географических районах. Их основной интерес заключается в том, чтобы увидеть их силу, влияние, и во многих случаях рост ( grow- grobalisation) прибыли во всём мире [[48]](#footnote-47)

“Гробализация включает в себя ряд субпроцессов, три из которых, капитализм, американизация и макдональдизация,- являются главными движущими силами.”[[49]](#footnote-48) Гробализация противоположна глокализации, так как акцентирует внимание на том, что мир становится однотонным,что люди не могут сопротивляться крупным структурам и силам, поэтому не могут создать свою идентичность и свой мир.

Популярная американская культура играет важную роль в формировании и поддержке имиджа США. Безусловно, имидж страны основывается не только на культуре страны, влияет и географическое положение, и государственное устройство, устойчивость экономики и многие другие факторы.[[50]](#footnote-49) Массовая культура, в особенности американские СМИ, Голливуд, обеспечивают представление о США через американские идеалы, которые они транслируют. “Политический имидж США предполагает определённое видение США: в нём США возносятся как модель для всего мира.”[[51]](#footnote-50) Положительный имидж страны усиливает её роль на международной арене. Несмотря на то, что ранее упомянутое исследование Pew Research Center об имидже США указывает на снижение позитивного восприятия (что непосредственно связано с недоверием международного сообщества к нынешнему Президенту Дональду Трампу) , во многом положительное отношение к США основано на привлекательности продуктов американской популярной культуры . Исследование показало, что более половине опрошенных в 30 из 37 нравится американская музыка, фильмы, телевидение. Самые низкие оценки привлекательности американской популярной культуры относятся к 6 странам, где преобладает мусульманское население. Только 37% из опрошенных филиппинцев находят популярную культуру США привлекательной (филиппинцы также в подавляющем большинстве выступают против распространения идей и обычаев США), в Индии 26%. В России 56% опрошенных ответили, что им нравятся американская музыка, фильмы, телевидение.[[52]](#footnote-51)

Таким образом, исходя из вышеизложенного, мы можем сформулировать две роли популярной (в данном случае американской) культуры в международных отношениях 1) как участник различных процессов связанных с глобализацией 2) как составляющая имиджа страны. Далее рассмотрим общие примеры функционирования популярной культуры, которые выделяют исследователи.

Популярная культура также может иметь отношение к международным конфликтам, к их урегулированию и процессу перехода к мирному состоянию. В данном контексте уже не действует приравнивание популярной культуры с американской популярной культурой.

В статье “Размышляя о роли популярной культуры в международных конфликтах” Галия Пресс-Барнатан отмечает, что популярная культура формирует и влияет отношение общества к конфликтам благодаря “ уникальным мобилизующим характеристикам, а именно их способность передавать информацию и генерировать / формировать эмоции и то, что они потребляются большим числом людей на регулярной основе”[[53]](#footnote-52), и этим же объясняется интерес со стороны различных акторов в её использовании (т.е не только государств).

В своём исследовании Галия Пресс-Барнатан рассматривает роль популярной культуры в затяжных конфликтах в 3-х контекстах:

1. Во внутриполитическом контексте- когда она имеет важную роль в формировании национальной идентичности в условиях конфликта, воспроизводит и поддерживает националистические настроения, таким образом, у людей возникает определённое видение конфликта,своего врага и самого себя. Соответственно популярная культура может «превратить конфликт в повседневное явление», и правительство может получить одобрение на продолжение конфликта.
2. В контексте взаимодействий между двумя конфликтующими странами и между их обществами- когда государства используют популярную культуру для воздействия на на общество противника,чтобы расположить их к себе и/или подорвать поддержку правительства.
3. в международном контексте- автор рассматривает влияние процесса глобализации на популярную культуру и говорит о том, что глобализация популярной культуры усиливает глобальное гражданское общество и укрепляет его права.

Галия Пресс-Барнатан также описывает роль массовой культуры в процессе перехода к миру. Автор отмечает что а) продукция популярной культуры может воспроизвести возможное альтернативное пост-конфликтное будущее, построенное на сотрудничестве, или же может напомнить об общих исторических событиях,что может поспобствовать переходу к миру,или же может напомнить об общих событиях прошлого; б) популярная культура является площадкой для обсуждения и выражения эмоций, что необходимо для психологического преодоления воспоминаний войны.

Влияние популярной культуры на международные отношения можно наблюдать в связи с тем, что в современном мире политика и популярная культура становятся всё более связанными, в каком-то смысле стирается грань между ними, например:

* В 2002 году аргентинский телеканал запустил программу под названием «Народный кандидат». Победитель получал возможность выдвинуть свою кандидатуру в Конгресс и телекомпания брала на себя убытки для проведения политической кампании[[54]](#footnote-53). В США в 2004 была подобная программа.
* Артисты обычно активно участвуют в избирательных кампаниях кандидатов в Президенты или сами становятся политиками.

Данный феномен получил название - celebrity politics-которое можно перевести как “политика знаменитостей”, “политика звёзд”. Артисты также принимают участие в международных отношениях, становясь например, послами доброй воли при международных организациях, участвуя в каких-то международных акциях,или же просто когда в своей деятельности они затрагивают,поднимают международные проблемы. Подробнее об этом феномене будет описано в третьей главе.

Подводя итоги первого пункта главы отметим, что в связи с природой феномена массовой культуры она может по-разному функционировать и использоваться в рамках государства и на международной арене. Во-первых, с позиции представителей Франкфуртской школы массовая культура- это инструмент манипулирования обществом. Исходя из этой логики американская популярная культура может рассматриваться как инструмент, направленный на достижение внешнеполитических целей. Данное понимание популярной культуры также вписывается в рамки концепции “мягкой силы”, гдк популярная культура- это её источник. Во-вторых, с позиции А.В. Костиной популярная культура- это механизм, “поле диалога”, которое способствует возникновению международного взаимопонимания. Мы также выделили связь популярной культуры с концепциями американского империализма, американизации, глобализации, глокализации и мультикультурализма. Популярная культура может играть важную роль также в ходе международных конфликтов и при переходе в мирное состояние. Связь между популярной культурой и мировой политикой также устанавливается благодаря политической, общественной активностью популярных артистов.

## **1.2. Современные исследования о роли музыки в международных отношениях.**

Музыка оказывает большое влияние на нас, поэтому “загадочная сила музыки волновала человека Древнего мира, ее пытались постичь философы Античности и Средневековья, мыслители эпохи Возрождения и Просвещения”[[55]](#footnote-54) Философы различных эпох понимали музыку, её функции, предназначение по-разному ( например,в Античность верили в её космическое предназначение, в Средневековье она представлялась отражение божественной силы). Современные исследователи рассматривают музыку как механизм межкультурной коммуникации. Важно ещё то, что музыка является носителем ценностей культуры.

Также, как отмечает Дж.С.Е. Гиноу-Хехт“Музыка может использоваться как измерительная палочка для количества, а также для качества международных отношений. Музыка может отражать отношение, когда другие связи разорваны, это может помочь нам понять природу отношения, действующего на разных уровнях, и она может ввести нас в совершенно новое измерение того, что мы считаем «международные отношения».”[[56]](#footnote-55)

Музыка как инструмент публичной/культурной дипломатии США в период холодной войны широко использовалась в рамках так называемой “джазовой дипломатии”[[57]](#footnote-56), общих культурных программ, финансируемых государственным департаментом США.[[58]](#footnote-57) Данные программы были созданы для пропаганды, чтобы показать достижения американской культуры, повысить имидж страны и противостоять коммунистическому блоку. Мы можем также говорить о том, что музыка была частью неофициальной культурной политики США, например, 1977 американская группа Nitty Gritty Dirt Band по приглашению СССР совершила тур по нескольким городам. В годы Холодной войны влияние американских артистов было минимальным (только посредством музыки) по сравнению с сегодняшним днём, как такового диалога между поклонниками и звёздами не было ( общение ограничивалось/запрещалось, не было таких возможностей, которые сегодня предлагает Интернет), но даже на примере Nitty Gritty Dirt Band можно уловить влияние музыки на элиты (группа была приглашена в СССР после того, как представители посольства СССР в США побывали на их концерте, и в ходе тура имели возможность общаться с представителями властей)[[59]](#footnote-58)

На сегодняшний день популярная музыка является одним из основных продуктов культурного экспорта США. В своём исследовании Г.Ю.Филимонов акцентирует внимание на тесной связи музыкальной индустрии с субкультурой. С точки зрения автора, “ через молодежные субкультуры осуществляется едва ли не наиболее масштабное культурное влияние США, формирующее притягательный образ Америки в молодежной среде различных стран и вместе с тем обеспечивающее национальные интересы США”[[60]](#footnote-59)

Г.Ю.Филимонов выделяет несколько парадоксов связанных с субкультурами:

1. Они возникают как культура протеста, контркультура, но благодаря СМИ и Интернету они становятся мейнстрим культурой во всём мире. Хип-хоп появился как культура протеста среди афро-американского населения, а теперь является полноценной частью американской культуры и массовой культуры в целом.
2. Неотъемлемой частью хип-хопа является рэп музыка. Тексты рэпа часто имеют антигосударственное, антигуманное, аморальное содержание, но пользуется популярностью среди молодёжи в разных странах обычно за счёт того, что они не вникают в содержание, воспринимая музыкальный ритм.
3. Третий парадокс связан с тем, что американских рэперов воспринимают как символы США, хотя в своих текстах они могут критиковать американское государство, общество.

Говоря о популярной музыке, необходимо отметить то, что песни принято сопровождать музыкальными клипами, если музыканты хотят большего успеха. Как правило в американских клипах, как и в Голливудских фильмах, показывается “красивая американская жизнь”, создаётся притягательный образ США, что положительно влияет на имидж страны и делает музыку неофициальным инструментом культурной политики.

Вышеизложенное повествование о месте музыки в международных отношениях, в политике США представила нам музыку как неофициальный внешнеполитический инструмент.

В статье “ “Им плевать на нас” о политических мировоззрениях в популярной музыке”[[61]](#footnote-60) авторы концентрируются на содержании текстов популярных песен, входящих в топ 10 чартов в США и Германии 1960- 2009.
Авторы отмечают, что в последние годы популярные артисты всё чаще проявляют себя как политические активисты, комментируя актуальные проблемы, устраивая благотворительные концерты, встречаясь с главами государств, а также выдвигая свою кандидатуру на высший государственный пост, поэтому на этом фоне исследователи упускают из виду политический контекст в песнях.

Изучение именно текстов популярных песен ( которые чаще транслируются, продаются и загружаются) связано с тем, что именно они отражают взгляды, которые разделяют большинство людей .

Анализ текстов привел к следующему выводу: отличительная черта этих песен- отрицание политических институтов,политических представителей в связи с разочарованием. В песнях отражен призыв к каждому человеку самому решать социальные проблемы, так как это возможно сделать совместными действиями без вмешательства политических институтов. Представителей власти критикуют не только из-за невыполненных обещаний, но и за то, что они не взаимодействуют с людьми, преследуют свои корыстные интересы только.
В текстах критикуется и само человечество , которое уничтожает себя из-за ненависти к друг другу, жадности, варварскому отношению к природе. Важно отметить то,что критикуя, артисты не предлагают иной альтернативы, они не призывают к созданию новых форм коллективного политического действия, ограничиваясь лишь призывами к солидарности, любви к другим людям.
Важными результатами исследование является следующее:

1. оно показало, что разочарование относительного того, что происходит в мире проявляется не только в отдельных жанрах, но и в целом популярной музыке, т.е независимо от жанра.
2. Некоторые исследователи считают, что прямая политическая деятельность популярных артистов - это тенденция к постинституциональному миру, однако авторы исследования отмечают, что это не совсем так: артисты так или иначе взаимодействуют с правительствами, используя своё положение, таким образом, они сами вовлекаются в политические институты.

В статье “Культурная глобализация популярной музыки? Американский, голландский, французский и немецкий чарты популярных песен ( с 1965 по 2006)”[[62]](#footnote-61)

авторы ставят перед собой задачу выяснить, оказал ли процесс глобализации влияние на музыкальные предпочтения слушателей популярной музыки; если да, то каким образом.
На основе собранного материала они выделяют общие тенденции и дают им интерпретацию с точки зрения трёх концепций культурной глобализации: 1) Культурный империализм 2) Глокализация
3) Мультикультуризация- концепция, которая утверждает, новая (глобальная) культура основана на сосуществовании, а не смешивании различных национальных культур, поэтому её сравнивают с «салатной миской» в которой проявляется культурное разнообразие.

Сначала авторы изучили топ-10 популярных песен в данных странах, чтобы выявить тенденции в самых популярных песнях, рассмотрев

*соотношение отечественных и зарубежных артистов, языковое соотношение.* Результаты показывают, что в США и во Франции хиты исполнялись в большинстве случаев национальными артистами, в то время как в Германии и Голландии соотношение зарубежных и национальных музыкантов было равномерным. Доминирующим языком во всех странах является английский.

Для того, чтобы понять, происходит ли глобализация популярной музыки авторы увеличили количество песен от 10 к 30, разделили период на 14 временных отрезков по 3 года. Данные говорят о том, что в основном были случаи попадания песен в чарты двух стран, количество песен попадавших одновременно в чарты трёх было небольшим, а попадание песен в чаты четырех стран было исключительным, редким явлением. В целом количество доли иностранных песен не увеличилось.

Исходя их этих наблюдений, авторы приходят к выводу об **отсутствии глобализационных процессов** в чартах популярной музыки выбранных четырёх стран.

Небольшой, но всё же рост количества представителей зарубежных артистов в чартах свидетельствует об ***увеличении разнообразия, диверсификации чартов - в этом авторы видят ростки процесса мультикультуризации***.

Для того, чтобы понять происходит ли тенденция к установлении американской культурной гегемонии авторы изучают степень популярности американской музыки в обозначенный период. Они отмечают, что до 1989 данная тенденция имела место, но с 1989 происходит противоположная тенденция. Популярность американских песен до 1989 авторами объясняется, существованием биполярной системы международных отношений: «Конец холодной войны возможно, ослабил строгую ориентацию на доминирующее ядро Запада, Соединенные Штаты, которая до этого казалось «естественной»

Рост популярности американских песен до 1989 шёл параллельно со спадом популярности национальной музыки, с 1989 происходит противоположный процесс. Авторы находят две интерпретации росту популярности национальной музыки:

1) происходит процесс глокализации-национальные артисты, воспользовавшись и адаптировав модели популярных американских артистов, добились успеха в своих странах

2) рост национальной музыки является проявлением неонационализма- сопротивление американской гегемонии, глобализации.

Авторы склоняются ко второй интерпретации, отмечая, после 1989 национальные артисты возвращаются к исполнению песен на родном языке и производству песен национальными музыкальными компаниями.

В рамках исследования связи между музыкой и международными отношениями необходимо рассмотреть военный аспект.

Популярная культура так или иначе всегда была связана с военной деятельностью, особенно это касается музыки, которая использовалась и используется для моральной поддержки, мотивации солдат. В своём исследовании Джонатан Пислак[[63]](#footnote-62) изучил роль музыки для солдат, служивших во время войны в Ираке. Автор, основываясь на проведённые им интервью с солдатами, а также на иные исследования, документальные фильмы, выделяет 3 функции музыки:

1. музыка как источник вдохновения на борьбу, сражения. Музыка стала часть военной жизни солдат. Автор отмечает, что солдаты при патрулировании или перед боем предпочитают слушать определённые жанры- а именно “тяжелый металл” и “гангста -рэп” делают солдат более агрессивными и выполнять свои военные обязанности от патрулирования до уничтожения врагов.
2. Музыка как психологическая тактика. Во время войны в Ираке “тяжёлый металл/рок” включался в громкоговорителях, “чтобы раздражать и мешать повстанцам, с целью уменьшить их способность бороться и увеличивать вероятность их капитуляции без вступления в бой[[64]](#footnote-63).
3. Музыка ( в основном в жанре рэпа) как способ самовыражения солдат.

Исследователи объясняют жанровое предпочтение к тяжёлому року тем, что тяжёлый рок благодаря своему звучанию ассоциируется и представляет собой силу, и таким образом, “громкость и интенсивность хэви-металл музыки заметно наполняет силой поклонников.”[[65]](#footnote-64) Немаловажное значение играют тексты. Исследователя Джоната Пислака показало, что солдаты в Ираке в основном слушали хэви-метал с текстами, в которых затрагиваются “темы хаоса, часто включающие графические изображения смерти, разрушения и войны.[[66]](#footnote-65) Это не только придавало им силы, но делало их агрессивными и способными совершать “нечеловеческие” поступки. Такое же воздействие оказывало прослушивание ганстерского рэпа, в текстах которых повествуется в основном о “выживании наиболее приспособленных”, о насилии.

Вышепроведённый анализ научных работ показал важность отдельного изучения популярной музыки в международных отношениях. Хотя популярная музыка и является одним из продуктов популярной культуры, соответственно её функции в качестве инструмента “мягкой силы” США можно обозначить как продвижение американских ценностей, улучшение имиджа страны, защита её интересов, но в силу своих свойств, способности влияния на эмоциональное состояние людей, её необходимо относить к неофициальной культурной политики США.

Подводя итоги главы отметим, что в контексте данного исследования было важно показать связь популярной культуры и популярной музыки не только (и не столько) с концепцией “мягкой силы”, но и с альтернативными концепциями, через призму которых будет выявляться степень присутствия американских популярных песен в России и влияние американских артистов на российских поклонников. Концепции американизации, глокализации и мультикультурализации помогут в дальнейшем при анализе российских чартов определить которая из них соответствует российской действительности. Концепция, в соответствии которой популярная культура- это способ коммуникации, будет использована при анализе взаимодействия американских популярных артистов и российских поклонников, как через музыку и тексты песен, так и при непосредственном возникновении диалога. В главе также были проанализированы работы исследователей, методы которых были далее применены при анализе присутствия и влияния американских популярных артистов: метод контент-анализа песен, анализ чартов, проведение интервью.

# **Глава II Анализ песенных чартов 2013- 2017.**

В этой главе автор пытается установить имеет ли место процесс американизации в России через призму российских чартов. Так как результаты анализов хит-парадов могут показать их незначительную американизированность, параллельно автор будет выявлять наличие проявления глокализации, мультикультурализации. Таким образом, ставится цель определить, которая из указанных концепций лучше всего описывает российскую действительность.

Анализ чартов проводился следующим образом каждый недельный/ месячный/годовой чарт рассматривался отдельно и песни делились на категории: 1) американские 2) с участием американских артистов 3) российские[[67]](#footnote-66) 4) британские 5) остальные- т.е артисты из других стран. Композиции ***с участием*** российских или британских артистов были отнесены в категорию : остальные, так как главным является выявление доли американских песен в чартах.Категория “британские песни” была выделена в связи с тем, что британские популярные артисты являются основными конкурентами американских.

 Автор проанализировал чарты различных ресурсов: радио, телевидение, Интернет для того чтобы увидеть наиболее полную картину музыкальных предпочтений слушателей. Это также вызвано тем, что в России отсутствует официальный хит-парад песен, как например в Великобритании Official Charts или в США Billboard Hot 100, которые формируются на основе продаж на физических носителях, Интернет-продажах, популярности песен на радио, стриминга. Отсутствие официального хит-парада имеет как следствие наличие множества различных чартов, автор рассмотрел чарты наиболее популярные ресурсы на различных платформах. При этом необходимо отметить, что чарты формируемые радио/каналами могут не отражать вкусы слушателей, однако они могут оказывать влияние на предпочтение людей, являются каналом, благодаря которому слушатели узнают новые песни, исполнителей.

 При анализе песен, входящих в чарты,автор не учитывал такой компонент как лейбл музыкантов , так как популярные западные артисты (и даже некоторые отечественные) обычно имеют контракты с каким-то одним из трёх самых крупных американских лейблов: Universal music group, Sony Music Entertainment, Warner Music Group. Данный аспект не нужно учитывать в рамках нашего исследования, так как музыканты соотносят себя со страной происхождения/ постоянного проживания,однако отметим тот факт, что именно США является двигателем мировой индустрии популярной музыки.

В рамках исследования под ***американскими песнями в первую очередь понимаются песни, исполненные артистами, страной происхождения которых являются США/ имеющие гражданство США.*** Но в отдельных случаях, автор будет относить к американским артистам исполнителей для которых США является постоянным местом проживания:они имеют визу рабочую визу О-1, Грин-карту. При отнесении данных артистов к категории американских будет учитываться то, как сами артисты себя позиционирует, принимают ли участие в политической/общественной жизни США.Также необходимо отметить, что информация о миграционном статусе некоторых артистов является недоступной. Таким образом, в ходе исследования к американским артистам были отнесены: Rihanna, Polina, Nicki Minaj,Iggy Azalea.

 Некоторые **цифры указанные в работе отражают не непосредственное количество отдельных песен, а число попаданий этих песен в чарт. В данных случаях слово песни будут заключаться в кавычки.**

## **2.1. Анализ российских музыкальных чартов за 2013 год.**

В рамках 2013 года автор провёл анализ чартов: радио Европа Плюс, медиапроэкта Tophit **,** телевизионного канала Муз-тв и онлайн- магазина Itunes, а также ознакомился с результатами исследований Яндекс.музыки.

**Европа Плюс** является самой популярной радиостанцией в России: в 2013 ежедневная аудитория составляла 11, 147 млн человек[[68]](#footnote-67), в период июль -декабрь 2017: 11,856 млн человек[[69]](#footnote-68) . Европа Плюс является первой негосударственной коммерческой радиостанцией в России. Необходимо отметить, что она с момента основания-1990- изначально ориентировалась на западную музыку:“первые год или полтора не было ни одной русской песни — только западная музыка.”[[70]](#footnote-69) Автор работы предполагает, что соотношение иностранных и отечественных песен, если и изменилось, то не сильно "Европа Плюс" — это 75% иностранной музыки и 25% нашей”- соотношение, указанное программным директором в интервью за 2000 год[[71]](#footnote-70).

Каждую неделю радиостанция формирует топ 40 хитов. В связи с отсутствием большой ротации в десятке популярных песен было проведён анализ чартов по принципу : с первого выпуска и далее через один. **Итого получилось 25 выпусков, общее число “песен” 250: 72 американских, 27 с участием американских артистов, 4- российских, 49 британских, 98 - “остальные” (Диаграмма 1)**. ***Среднее количество*** американских песен в неделю- 2. Итоговый годовой еврохит топ 40, составленный на основе голосования слушателей за 2013 имеет следующее соотношение песен: **13 американских песен, 2 -с участием американских артистов, 8 британских, 3 русские, 14 - остальные** (Диаграмма 2).



Диаграмма 1.



Диаграмма 2

Для того, чтобы понять более полную картину положений американских, отечественных и остальных зарубежных песен на радиостанциях, автор рассмотрел чарты, составленные проектом **Tophit.ru**- “медиапроект, обеспечивающий систему дистрибьюции нового аудио- и видеоконтента для радиостанций, телеканалов, диджеев и сбор всеобъемлющей статистики об использовании этого контента в эфире.”[[72]](#footnote-71) Проект публикует еженедельные, ежемесячные, годовые чарты по ротации актуальных радиохитов в эфире их партнёров.

**Автор изучил топ 10 каждого месяца; из общего числа 120 “песен”: 22 американские,12 с участием американских артистов, 28 российские, 24 британские, остальные- 34. *Среднее количество*** американских песен в месяц- 2. (Диаграмма 3 ).



**Диаграмма 3.**

**2013 МУЗ-ТВ.**

 Музыкальный канал Муз-ТВ начал своё вещание в 1996 году, с 2015 года входит в пакет общероссийских обязательных общедоступных телеканалов цифрового телевидения.

Был проведён анализ 27 недельных чартов (все три выпуска января и после первого февральского выпуска через один) опубликованных на официальном сайте, первая десятка популярных песен. **Из 270 “песен” 61 американские, 25- с участием американских артистов, 56- российские, 40- британские, 88 остальные**. (Диаграмма 4) ***Среднее количество*** американских песен в неделю- 2.

На сайте канала интернет-пользователи могут голосовать за понравившиеся им песни, их голоса вписывались в выпуски чартов, которые состоят из 20 песен. На сайте отображаются 3 понравившиеся зрителям песни, которым присуждались первое, второе, третье место. Часто мнение слушателей отличалось от оценок канала: песни, которые были за пределами десятки популярных получали наибольшее количество голосов. Из 81 “песен” ( 27 выпусков по 3 песни) количество американских- 19, с участием американских артистов - 4, российские - 18, британские 14, остальные- 22. (Диаграмма 5).



Диаграмма 4.



Диаграмма 5.

**Itunes 2013.**

Онлайн-магазин iTunes Store начал работу в России с 3 на 4 декабря 2012 года. Анализ чартов Itunes является важным, так как в России довольно широко распространено нелегальное прослушивание и скачивание музыки, поэтому покупка музыки является определенным показателем заинтересованности людей. Однако нужно отметить, что чарты Itunes отражают музыкальные предпочтения ***ограниченного числа слушателей***: 1)***это владельцы устройств Apple*** ( планшетов, смартфонов, ноутбуков). Так как музыку скорее покупают для прослушивания песен на телефоне, то необходимо отметить следующее: а)“В 2013 г. iPhone заняли 9% российского рынка смартфонов в штуках”,[[73]](#footnote-72) в третьем квартале 2017-го Apple уступила в России только [Samsung](http://www.tadviser.ru/index.php/Samsung) и контролировала 15% рынка.[[74]](#footnote-73) б) Наибольший процент среди всех пользователей iPhone как в 2016, так и в 2017 году составили абоненты 25—35 лет [[75]](#footnote-74)

 2) ***это владельцы, которые покупают музыку.***

 Автор исследования изучил результаты недельных чартов с 10-кой самых скачиваемых песен в период с 31 декабря 2012- по 29 декабря 2013 года, итого получилось 51 недель 510 “песен”. **Из них: 114 “песен”-американские, 34- с участием американских артистов, 136-российские, 80 - британские, остальные- 146** (Диаграмма 6)

 ***Среднее количество*** американских песен, попадавших в десятку- 2.



Диаграмма 6.

В завершении анализа чартов 2013 рассмотрим какие артисты пользовались наибольшей популярностью среди пользователей Яндекс. Музыки. “В течение 2013 года российские пользователи Яндекс.Музыки более 2,5 миллиарда раз прослушали композиции нескольких тысяч исполнителей. При этом почти 13% всех прослушиваний пришлось на двадцатку самых популярных артистов.” Среди двадцатки самых популярных по всей России только 3 американских артиста: Rihanna (14 место), Eminem ( 15 место), Lana Del Rey (18 место). Отечественных музыкантов- 15. Список отечественных артистов наталкивает на мысль (и это подтверждается статистикой), что “основная аудитория Яндекса (44%) — это пользователи 25-35 лет”[[76]](#footnote-75)

Исследование отмечает, что в зависимости от регионов музыкальные предпочтения пользователей Яндекс.Музыки заметно отличаются.

Среди зарубежных исполнителей только немецкая группа Enigma присутствовала в топ‑20 всех регионов, кроме Магаданской области и Камчатского края.

 

2013

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Американские | С участиемамер.артистов | Российские | Британские | Остальные |
| Европа Плюс | 28,8% | 19,6% | 1,6% | 10,8% | 39,2% |
| Европа Плюс. Годовой хит- парад | 32,5% | 7,5% | 5% | 20% | 35% |
| TopHit.ru | 18,8% | 10,3%  | 21,4% | 20,5% | 29,1% |
| Муз-ТВ | 26,6% | 9,3% | 20,7% | 14,8% | 32,6% |
| Муз-ТВ. Зрители | 24,7% | 5,2% | 23,4% | 18,2% | 28,6% |
| Itunes | 22,4% | 6,7% | 26,7% | 15,7% | 28,6% |
| Яндекс.Музыка | 15% | 0% | 75% | 0% | 10% |

Вышепроизведённый анализ чартов за 2013 приводит к следующим выводам:

1. В 2013 году в чартах доля американских песен колеблется, при округлении, в интервале 19-33% (без данных Яндекс.Музыки). Отметим что, на радио по данным Tophit.ru доля американских песен (18,8%) не на много, но меньше российских (21,4%) и британских (20,5%), а также песен категории остальные (29,1%), однако если прибавить к ней долю песен с участием американских артистов, то американская доля будет превосходить российскую и британскую и будет равна доле “остальных” песен. На радио Европа Плюс- американских песен больше чем британских как в недельных чартах (28,8% против 10,8%), так и итоговом (32,5% против 20%), но преобладают песни категории “остальные”- 39,2%, однако если сложить процент американских песен и песен с участием американских артистов, “американская доля” будет превосходить “долю остальных”. Относительно покупок в Itunes покупают американские песни больше чем британские,но на 5 % (при округлении) меньше российских и песен в категории “остальные”, если мы не будем складывать c долей песен с участием американских артистов.
2. В чартах различных платформ- за исключением Яндекс. Музыки преобладает число песен артистов из различных стран, не выделенных в отдельные категории ( в основном песни артистов из европейских стран, стран СНГ, Канады и Австралии). Таким образом, из трёх процессов: американизация, глокализация и мульткультурализация- чарты отражают влияние последнего процесса. Яндекс.Музыка стоит отдельным особняком, во-первых, потому что анализ предоставленный Яндекс основывается на популярных исполнителях, а не песнях. Во-вторых, потому что список сформирован на основе прослушиваний пользователей. По данной же причине отличается от чартов радио и телевидения Itunes: список Яндекса и чарты Itunes формируются на основе личных предпочтений людей, т.е вне музыкального контекста, который имеется на сайтах Европы плюс или МУЗ-ТВ, где люди выбирают понравившиеся песни или клипы, которые изначально предлагаются каналом/радио. Но ещё раз отметим, что радио и ТВ могут оказывать влияние на интернет-предпочтения пользователей, вкусы слушателей.

 Также необходимо отметить, что произведенный анализ чартов за 2013 не является полноценным,( хотя и была затронута Интернет-аудитория на основе чарта Itunes и данных по Яндекс.Музыке- но эта аудитория ограниченная). Основным музыкальным источником в Интернете является социальная сеть Вконтакте: на декабрь 2013 число посетителей в день составляла 55 857 420[[77]](#footnote-76). Даже несмотря на то, что в мае 2013 сайт Вконтакте начал удалять песни из-за нарушения авторских прав, пользователи всячески пытались преодолевать ограничения- переименовывая зарубежных артистов[[78]](#footnote-77), загружая песни файлами. На сегодняшний день Вконтакте частично монетизировала прослушивание музыки: ставя ограничение на бесплатное прослушивание музыки с мобильных устройств, включая рекламу.

## **2.2. Анализ российских музыкальных чартов за 2014 год.**

В рамках анализа чартов за 2014 были использованы те же ресурсы, что и 2013 года: Европа плюс, TopHit.ru, Муз-ТВ, Itunes.Анализ остальных ресурсов проходил по такому же принципу как и за 2013 год:

1. Европа плюс: топ-10, 26 недельных выпусков (с первого выпуска и далее через один) и итоговый топ-40. Среднее количество американских песен в неделю-2.
2. TopHit.ru: топ-10 всех месяцев кроме апреля ( на сайте нет информации). Среднее количество американских песен: 2.
3. Муз-ТВ: топ-10 24 недельных выпусков ( с первого и через один), топ-3 по мнению интернет-пользователей. Среднее количество американских песен: 3
4. Itunes - 51 неделя, среднее количество песен 2.

Таким образом, соотношение песен за 2014 в чартах выглядит следующим образом:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | американские | с участием американских артистов | российские | британские | остальные |
| Европа Плюс  | 21,1% | 7,8% | 3% | 7,8% | 60,4% |
| Европа Плюс. Итоговый | 12,5% | 10% | 17,5% | 2,5% | 57,5% |
| TopHit.ru | 20,7% | 8% | 21,3% | 12,7% | 37,3% |
| Муз-ТВ | 26,7% | 9,6% | 17,9% | 12,1% | 33,8% |
| Муз-ТВ. Зрители | 20,8% | 4,2% | 43,1% | 20,8% | 11,1% |
| Itunes | 16,1%  | 3,3% | 14,3% | 1% | 65,3% |
| Zaycev.Net | 25,7% | 11,4% | 12,9% | 5,7% | 44,3% |

 В связи с отсутствием исследований от Яндекса о популярной музыке/популярных артистах за 2014, автор проанализировал музыкальный сборник хитов 2014, который предлагает сайт Зайцев нет- один из популярных сайтов для бесплатного прослушивания скачивания песен. В описании этого сборника написано, что он состоит из “ песен, которые были на вершинах хит-парадов”[[79]](#footnote-78). Соответственно, сборник не был сформирован основываясь на результатах скачивания с сайта. Сборник состоит из 70 песен, которые имеют следующее соотношение: 18 американские, 8 - с участием американских артистов, 9 российские, 4 британские, 31- остальные.

Отметим также интересное исследование, проведенное порталом ЗВУКИ.RU[[80]](#footnote-79), который сопоставил годовой чарт российского отделения Itunes за 2014 год с американским и британским: “единственным общим знаменателем трёх списков оказалась вездесущая *"Happy"* Фаррелла Уильямса, песня **Jason Derulo** *"Wiggle"* (feat. **Snoop Dogg**) попала в чарты России и США. Соответствий между британским и российским списком кроме песни Happy-нет. Самой скачиваемой песней в России в 2014 стала песня "You Will Never Know" (примечательно то, что песня 2011 года) французской исполнительницы Imany, (которая также заняла второе место в итоговом хит-параде Европы-плюс.) . В целом, итоговый чарт за 2014 состоит из песен популярных на радиостанциях.

Таким образом ситуация в чартах за 2014 следующая:

1. Доля американских песен снизилась по сравнению с 2013 годом (интервал составил 12,5%-27%, в 2013 был 19-33%), что особенно заметно в рамках итогового хит-парада Европы плюс: 32,5% в 2013 против 12,5%. Но она во многих чартах превосходит британскую долю, например в Itunes: 16% против 1%, в итоговом Евро хит параде 12,5% против 2,5%. Российская доля также меньше американской 14,3%
2. Мы наблюдаем рост песен в категории остальные (кроме “зрительского чарта” Муз-тв). Отметим резкий рост в чартах Itunes c 29% до 65%, в итоговом чарте Муз-тв с 35%-57%.Таким образом, чарты за 2014 также как и 2013 отражают мультикультурализм.
3. Отметим рост предпочтений зрителями клипов российских исполнителей на канале Муз-тв: с 23,4% до 41,3%, но при этом доля российских приобретённых песен в Itunes снизилась почти в два раза (с 27% до 14%); на радио доля российских исполнителей по чартам Tophit осталось прежней 21,1% практически стольк оже и американских песен 20,7%.

Итого, мы видим, что как и в 2013 году, доля “остальных песен” преобладает, более того, заметен рост мультикультурализма. Средний процент американских песен по всем чартам- 20,5% превосходит процент российских- 17,5% и британских 8,9%., но уступает показателю за 2013 год- 26,5% (без учёта Яндекс.музыки).

## **2.3 Анализ чартов российских музыкальных за 2015 и 2016 год.**

За 2015 год были изучены: 25 недельных чартов Европы Плюс, месячные чарты от Top.Hit.ru (12 месяцев), 25 выпусков чартов Муз-ТВ , Itunes: 25 недельных официальных чартов - их них 22 :периода 29.12.14-5.07.15 и 3:периода 30.11-27.12. Необходимо отметить следующее: 1)после официального чарта за период 29.06-5.07.15 lenta.ru перестала пубиковать чарты за 2015, поэтому автор использовал данные,которые были зафиксированы сайтом <http://www.intermedia.ru>: положение чартов в определённые дни, определённое время в период 16.07-26.11, дальнейшая информация о чартах за декабрь не публиковалась ни в одних источниках; 2) В 25 выпусках Муз-тв отображались не все песни, занимавшие 1/2/3 место по мнению зрителей. Автор предполагает, что эти песни не вошли в рамки топ-20 чартов сформированных каналов.

Результаты анализа за 2015 отражены ниже в таблице

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | американские | с участием американских артистов | российские | британские | остальные |
| Европа Плюс  | 21,1% | 7,8% | 3% | 7,8% | 60,4% |
| Европа Плюс. Итоговый | 10% | 12,5% | 12,5% | 20% | 45% |
| TopHit.ru | 8,3% | 13,3% | 12,5% | 20% | 45,8% |
| Муз-ТВ | 12,8% | 8,4% | 38,4% | 8,4% | 32% |
| Муз-ТВ. Зрители | 0% | 3,3% | 75% | 6,7% | 15% |
| Itunes | 7,2% | 4,9% | 26% | 11,2% | 50,7% |

В дополнение автор рассмотрел следующие источники: сборники топ 100 на сайте Zaycev.Net и 40 первых позиций списка, состоящего из 200 самых просматриваемых клипов на Youtube.

С марта 2015 сайт Zaycev. Net начал публикацию самых скачиваемых песен на сайте. С позиции сегодняшнего дня автор не может объективно оценить популярность данного ресурса. В качестве эксперимента автор попробовал найти на сайте некоторые песни из последнего альбома американской группы Imagine Dragons, на сайте отсутствуют альбомные версии песен: Thunder, Believer. Более того, при вводе в поисковике Google: скачать песни- сайт не оказался среди первых найденных (даже на второй странице поиска его не было) Также необходимо отметить, что сайт состоит их песен загружаемых пользователями и в случае нарушения авторских прав ( а в последние годы контроль за этим усилился), песни изымаются из публичного доступа.Но возвращаясь,с публикациям за 2015: сборники имеют название: топ 100, но при этом они не состоят из 60-100 песен. В связи с тем, что непонятна степень популярности данного ресурса в 2015, а также по причине того, что по составу соотношения песен схожи, автор ознакомился со всеми сборниками, но подробно рассмотрел 4 месяца- март, июнь сентябрь, декабрь. В таблице также представлено соотношение топ-40 песен просматриваемых на Youtube.

|  |
| --- |
| ZaycevNet. RU |
|  | американские | с участием амер.артистов | российские | британские | остальные |
| март | 4,1% | 5,5% | 35,6% | 6,8% | 47,9% |
| июнь | 4,5% | 7,6% | 39,4% | 4,5% | 43,9% |
| сентябрь | 4,8% | 6,3% | 33,3% | 3,2% | 52,4% |
| декабрь | 4,7% | 5,8% | 37,2% | 3,5% | 48,8% |
| Youtube |
| годовой | 17,5% | 5% | 35% | 0% | 42,5% |

Таким образом, в 2015 году также в большинстве случаев преобладали песни категории “остальные”, исключением стали “зрительские чарты” Муз-тв: 75% любимых слушателями клипов были российским ( в 2014 было 45%). В сбониках сайта Zaycev.net также первое место принадлежит данной категории песням, но уверенное второе место принадлежит российским песням, средняя доля британских и американских 4,5% против 36.3%

Также мы наблюдаем снижение присутствия американских песен в чартах: в 2015 году ни один американский клип не оказался в тройке популярных среди зрителей Муз-тв, поэтому процентный интервал присутствия американских песен в чартах составил 0-21%, а средний процент составил 9.9% - показатель упал в 2 раза по сравнению с 2014 и даже уступает британскому показателю- 12.3%. Однако ни одного британского клипа не оказалась в числе самых просматриваемых на Youtube, американские песни на 3 месте с 17,5% в два раза уступая российским.

Итоги чартов за 2016 год представлены в таблице ниже: (Были рассмотренные 51 недельных чартов Itunes, 26 недельных выпусков Муз-тв, месячные чарты TopHit, 25 недельных чартов Европа плюс)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Американские | с участием амер. | российские | британские | остальные |
| Европа Плюс | 12,8% | 21,6% | 4% | 13,6% | 48% |
| Европа Плюс Итоговый | 14,9% | 12,8% | 6.4% | 10,6% | 55,3% |
| TopHit | 8,9% | 17,7% | 6,5% | 8,1% | 58,9% |
| Муз-ТВ | 11.2% | 8,8% | 34,2% | 4,2% | 41,5% |
| Муз-ТВ. Зрители | 2,5% | 0% | 75% | 2,5% | 20% |
| Itunes | 10.2% | 7,3% | 27,6% | 6,5% | 48,4% |

|  |
| --- |
| ZaycevNet. RU |
|  | американские | с участием амер.артистов | российские | британские | остальные |
| март | 4,8% | 4,8% | 34,5% | 2,4% | 53,6% |
| июнь | 2,4% | 3,6% | 41% | 2,4% | 50,6% |
| сентябрь | 8,6% | 2,5% | 39,5% | 3,7% | 45,7% |
| декабрь | 5,1% | 4,1% | 43,6% | 1% | 45,9% |
| YouTube  |
| итоговый | 7,3% | 2,4% | 56,1% | 0% | 34,1% |

|  |
| --- |
| Среднее количество американских песен в чартах |
|  | 2015 | 2016 |
| Itunes (в неделю) | 1  | 1 |
| Европа Плюс (в неделю) | 1 | 1 |
| TopHit.ru (в месяц) | 1 | 1 |
| Mуз-тв (в неделю) | 1 | 1 |

Чарты за 2015 и 2016 года, как и чарты за 2013 и 2014 являются преимущественно мультикультурными. Отметим также разницу между результатами анализа чартов на сайте zaycev.net: за 2014 был проанализирован сборник, составленный сайтом, а за 2015 и 2016 сборники основанные на количестве скачиваний. Сборники за 2015 и 2016 похожи между собой (как по соотношению песен по странам, так и по содержанию), и их отличает большая доля российских песен в отличие от сборника за 2014 год, соответственно и маленькая доля американских песен и британских песен. Чарты за 2015 и 2016 год схожи также тем, что среднее количество американских песен в чартах- 1, в 2013 и 2014 году в основном в среднем 2 песни входили в чарты.Сходной чертой является отсутствие британских песен на Youtube, однако сократилась доля американских клипов: 2015- 17,5%, 2016- 7,3%.

## **2.3 Анализ российских музыкальных чартов за 2017 год.**

За 2017 были проанализированы 46 официальных чартов Itunes ( информация о чартах за 32-36 недели отсутствует), 25 недельных выпусков Европы плюс, 27 недельных песен чартов Муз-тв и остальные чарты.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | американские | с участием американских артистов | российские | британские | остальные |
| Европа Плюс  | 19% | 13,1% | 2,4% | 10,7% | 54,8% |
| Европа Плюс. Итоговый | 13,6% | 6,8% | 11,4% | 9,1% | 59,1% |
| TopHit.ru | 20,8% | 15% | 6,7% | 8,3% | 49,2% |
| Муз-ТВ | 13,7% | 6,3% | 25,6% | 5,2% | 49,3% |
| Муз-ТВ. Зрители[[81]](#footnote-80) | 5,9% | 0% | 31,4% | 0% | 62,7% |
| Itunes | 8,9% | 2,8% | 35,9% | 8,9% | 43,6% |
| Youtube | 7,5% | 2,5% | 42,5% | 0% | 47,5% |

В 2017 году Вконтакте провела первую музыкальную премию VK Music Awards и был составлен плейлист из песен-победителей премии[[82]](#footnote-81): 23 песни- русскоязычные, но только 7 “чисто”[[83]](#footnote-82) российские, 2 песни американской группы Imagine Dragons, 2 британские. В итоговом топ-10 Яндекс. Музыки[[84]](#footnote-83) также оказались 2 песни Imagine Dragons, песня американского певца Charlie Puth и американской группы- Portugal. The Man. В целом за 2017 пользователи Яндекс.Музыки больше слушали зарубежных исполнителей, чем русскоязычных. Ниже представлена таблица среднего количества песен американских песен в чартах.

|  |  |
| --- | --- |
| Европа Плюс (в неделю) | 2 |
| TopHit.ru (в месяц) | 2 |
| Муз-ТВ (в неделю) | 1 |
| Itunes (в неделю) | 1 |

Говоря о чартах за 2017 год отметим: 1) продолжающееся преобладание мультикультурной музыки 2) в целом, доля американских песен больше британской доли, но меньше российской

3) доля российских песен на Itunes- 35,9%, однако на радио по данным TopHit.ru - 6.7%. Обратная картина наблюдается с американскими песнями 20,8% в tophit.ru, 8,9% в Itunes. 4) на сайте Youtube в 2017 российская доля клипов уступила доле клипов из категории остальные (47,5% против 42,5%), в 2016 было наоборот.

|  |
| --- |
| Процентная доля американских песен за 2013-2017 |
|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Европа Плюс | 28,8% | 21,1% | 21,1% | 12,8% | 19% |
| Европа Плюс. Годовой хит- парад | 32,5% | 12,5% | 10% | 14,9% | 13,6% |
| TopHit.ru | 18,8% | 20,7% | 8,3% | 8,9% | 20,8% |
| Муз-ТВ | 26,6% | 26,7% | 12,8% | 11.2% | 13,7% |
| Муз-ТВ. Зрители | 24,7% | 20,8% | 0% | 2,5% | 5,9% |
| Itunes | 22,4% | 16,1%  | 7,2% | 10.2% | 8,9% |

|  |
| --- |
| Процентная доля российских песен за 2013-2017 |
|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Европа Плюс | 1,6% | 3% | 3% | 4% | 2,4% |
| Европа Плюс. Годовой хит- парад | 5% | 17,5% | 12,5% | 6.4% | 11,4% |
| TopHit.ru | 21,4% | 21,3% | 12,5% | 6,5% | 6,7% |
| Муз-ТВ | 20,7% | 17,9% | 38,4% | 34,2% | 25,6% |
| Муз-ТВ. Зрители | 23,4% | 43,1% | 75% | 75% | 31,4% |
| Itunes | 26,7% | 14,3% | 26% | 27,6% | 35,9% |

Итоги главы:

**Общая** динамика присутствия американских песен за проанализированные года- снижение процентной доли американских песен с 2013 к 2015 и затем небольшой подъём . Тем не менее, средний процент американских песен за 2013-2017 в основных чартах составляет 15,7%- показатель немаленький, учитывая то, что 1) это песни на английском языке , а русскоязычные песни не могут не доминировать в России; более того, доля американских песен больше британских 2) песен в категорию “остальные” попадали русскоязычные песни украинских, белорусских, казахстанских исполнителей. Таким образом, если бы был осуществлён полноценный анализ с точки зрения “государственной” принадлежности песен, то США заняли бы если не второе, то третье место, по доле уступив, вероятнее всего, Украине. Средний процент российских песен составил всего лишь 21,6%, автор считает, что данный показатель небольшим, так как логично, что в российских чартах должна преобладать российская музыка (поэтому вопрос об ограничении зарубежной музыки несколько раз поднимался как политиками, так и российскими музыкантами, продюсерами[[85]](#footnote-84)) Но специфика России в том, что в нашей музыкальная индустрия много исполнителей из стран СНГ.

Чарты с 2013-2017 отражают преимущественное проявление мультикультурлизма, и это скорее не из-за слабости американизации, а слабости локализации- российской музыкальной индустрии.

Однако в качестве проявления огромного влияния США можно отметить, что новые песни американских исполнителей возглавляют Itunes многих стран по всему миру в день релиза, даже в России (даже- потому что в России новинки можно послушать и скачать бесплатно) , например, песня Леди Гаги “Perfect illusions” возглавил Itunes более 60 стран[[86]](#footnote-85) или альбом Тейлор Свифт “Reputation”, который возглавил альбомный чарт более 111 стран[[87]](#footnote-86), и хотя стал доступен в российском отделение Itunes спустя 2 дня после мирового релиза, в России он тоже занял первое место.[[88]](#footnote-87)

Таким образом, интерес российского слушателя к американской музыке можно также оценить через призму альбомного чарта Itunes. Это касается в первую очередь новых альбомов исполнителей. В связи с большим объёмом информации, автор обращал внимание на положение альбомного чарта Itunes только в ходе исследования чартов за 2013 год, и картина была следующей: новые альбомы американских исполнителей попадали в топ 10 чартов: некоторые даже на этапе предзаказов ( например, альбом Джастина Тимберлейка — «The 20/20 Experience», Джей-Зи — «Magna Carta Holy Grail», Леди Гаги — «Artpop»), некоторые возглавляли недельные чарты (например альбом Бейонсе — «Beyoncé» 3 недели был самым скачиваемым, Канье Уэста — «Yeezus»- недели). Альбомная музыкальная сфера сама по себе интересна тем, что покупают альбомы исполнителей в основном фанаты. Но проблема с анализом популярности как альбомов, так и отдельных песен заключается в том, что в России можно получить доступ к ним бесплатно, и отчетности по “пиратскому рынку” нет, и также трудно оценить продажи на физических носителях.

Завершая, подчеркнём, что анализ чартов показывал различное соотношение песен в пределах разных платформ (радио, ТВ, Интернет), иногда даже противоречащее друг другу, но это обусловлено спецификой платформ. Например:

1) в чарты Itunes попадают музыкальные новинки, которые только спустя некоторое время, если вообще, попадают на радиостанции и на ТВ. Также нужно учитывать,что владельцы “яблочных устройств” это в основном взрослые люди, с большой долей вероятности предпочитающие русскоязычные песни.

2) Европа плюс, как ранее отмечалась, ориентируется на западную музыку, отечественная музыка там по определению мало проигрывается

3) на Муз-тв, с точки зрения автора, определенно должен быть приоритет на русскоязычную музыку, так как канал входит в список бесплатных общедоступных каналов[[89]](#footnote-88)

Вторая глава позволила обрисовать более менее полную картину присутствия американских песен в России: на радиостанциях, телевидении, в чартах, отражающих интерес со стороны слушателей, выраженный в покупках и стриминга песен. Американские песни занимают довольно значительное место в чартах соответственно она н может не оказывать влияния на общество. Для того чтобы выявить, какое влияние оказывает творчество и деятельность американских артистов на российских слушателей-а именно поклонников. Данной теме посвящена следующая глава.

# **III. Американские популярные артисты как международные акторы. Их влияние на российских поклонников.**

## **3.1 Case-studies: международная деятельность Кэти Перри,Рианны, Деми Ловато.**

Американские музыканты являются международными акторами благодаря своей международной благотворительной и общественной деятельности. Так, послами Доброй Воли ЮНИСЕФ являются Кэти Перри (Katy Perry), Селена Гомес (Selena Gomez) , Пинк (P!nk); посланцем мира ООН является певец Стиви Уандер (Stevie Wonder) ; многие американские музыканты принимали участие в ежегодном музыкальном фестивале Global Citizen[[90]](#footnote-89)- Бейонсе (Beyoncé), Джей Зи (Jay-Z), Деми Ловато (Demi Lovato), Алиша Киз (Alicia Keys), Кендрик Ламар (Kendrick Lamar) и другие.

Исследователи в области celebrity studies выделяют 3 роли знаменитостей в рамках международной деятельности: дипломаты, эксперты, гуманитарные деятели.

1. « дипломаты знаменитости» - это люди с «достаточными коммуникативными навыками - чувством миссии и обладающие некоторым глобальным охватом, (люди, которые) входят в официальный дипломатический мир и действуют через матрицу сложных отношений с государственными чиновниками»[[91]](#footnote-90)
2. “Эксперты знаменитости” - отличаются от настоящих экспертов тем, что их знания о проблемах базируются не на цифрах, статистике, а на непосредственном “ощущении боли” нуждающихся.[[92]](#footnote-91)
3. “Гуманитарные деятели знаменитости” (Celebrity Humanitarians). “Термин «гуманитаризм знаменитостей» охватывает расширяющуюся область форм глобального гуманитаризма и благотворительной деятельности, которой занимаются звёзды.”[[93]](#footnote-92)

Рассмотрим 3 кейса, раскрывающих международную деятельность американских певиц: Кэти Перри (Katy Perry) - посол доброй воли ЮНИСЕФ, Рианна (Rihanna) посол Глобального Партнёрства в области образования, Деми Ловато (Demi Lovato)- посол We charity. Объединяет 3 кейса то, что певцы взаимодействовали с африканскими странами, работали с проблемой доступа к качественному образованию. В качестве послов международных организаций они выполняют следующие функции:1)в привлечении внимания к проблемам, повышение осведомленности 2) привлечение средств за счёт своей деятельности, с помощью мобилизации поклонников, а также связей c влиятельными и успешными людьми.

В апреле 2013 года певица Кэти Перри посетила Мадагаскар в поддержку ЮНИСЕФ, чтобы “обратить внимание на положение детей в данной тропической островной стране”[[94]](#footnote-93). Но по сути, поездка была предназначена для ознакомления певицы с деятельностью организации: «Я благодарна ЮНИСЕФ за предоставленную мне возможность увидеть своими глазами, как её программы имеют реальное значение в жизни детей. Поддержка ЮНИСЕФ спасает детей, я стала свидетелем этого.»[[95]](#footnote-94) Поездка оказала большое влияние на певицу: “ Я видела, как все эти дети взаимодействуют друг с другом, как много любви между ними.. и у них нет ничего, у них нет материальных собственности, у них нет нет социальных статусов-это безусловная (unconditional) любовь.”[[96]](#footnote-95) В результате певица написала песню Unconditionally, в которой она поёт, что будет любить человека, несмотря на недостатки, которые он имеет ( “ All your insecurities, all the dirty laundry, never made me blink one time; Unconditional, unconditionally, I will love you unconditionally”)

 В декабре 2013 года певица была назначена послом доброй воли ЮНИСЕФ“с уделением особого внимания на привлечение молодежи к работе агентства по улучшению жизни наиболее уязвимых детей и подростков в мире”[[97]](#footnote-96). В 2014 певица отправилась в тур для поддержки своего последнего вышедшего на тот момент альбома “Prism”, каждый доллар с концерта в США шёл в фонд ЮНИСЕФ, и в итоге певица собрала более 1 миллиона долларов для организации. В декабре 2015 она появилась в видеоролике ЮНИСЕФ, в котором представила доклад организации о влиянии изменения климата на детей, “призвала всех присоединиться к кампании по защите детей от последствий изменений климата, запущенной в социальных сетях, используя хэштег #FightUNfair.”[[98]](#footnote-97)

В мае 2016 года певица посетила Вьетнам, провинцию Ninh Thuan, поездка была такого же плана, как и поездка в Мадагаскар. Участие певицы должно было обратить внимание на положение детей в бедных регионах страны, которая является одной из самых экономически быстроразвивающихся стран Азии. В ноябре 2016 она получила на балу ЮНИСЕФ гуманитарную награду имени Одри Хепбёрн.

 Таким образом, Кэти Перри выступила больше в роли эксперта- она своими глазами видела проблемы, с которыми сталкиваются люди тех стран, которые она посетила. Также она побыла в роли гуманитарного деятеля, вложив в фонд организации часть средств, вырученных во время концертного тура. Она определенно выполнила миссию по привлечению внимания, но вряд ли можно говорить о её личном вкладе в улучшении ситуации стран, которые она посетила. В видео-роликах о её поездках фокус был больше на там, что делает ЮНИСЕФ для местного населения, певица лишь знакомилась с проблемами, программами организации, общалась с людьми. Таким образом, её функция ограничилась освещением положения в странах, привлечением внимания большой аудитории.

Второй кейс- деятельность певицы Рианны. Она также имела опыт работы с ЮНИСЕФ, но большой вклад в международные отношения она внесла уже в сотрудничестве с другой организацией. Она основала в 2012 году НКО Clara Lionel Foundation, деятельность которой направлена на улучшение доступа к качественному образованию и здравоохранению во всём мире. В 2016 году она стала первым послом Глобального партнерства в области образования (The Global Partnership for Education), с тех пор её собственная организация, GPE и движение Global Citizen борются за доступ к качественному образованию для детей в наиболее бедных странах. В 2016 Рианна вместе с представителями GPE, Global Citizen посетила африканское государство Малави, чтобы “своими глазами увидеть, узнать что всё нужно сделать, с чего нужно начать”[[99]](#footnote-98). Затем певица активно вовлекается в работу по привлечению средств, обращаясь к главам государств напрямую через твиттер. В 2016 году 9 сентября Рианна обратилась к свои подписчикам в твиттере и инстаграм с просьбой призвать премьер министр Канады Джастина Трюдо помочь Global Citizen, в итоге движение получило от канадского правительства 15,3 млн долларов[[100]](#footnote-99). Рианна также помогла Global Citizen получить помощь от правительства Франции в фонд Education Cannot Wait, само движение не могло месяцами достучаться до правительства. Она отправила Франсуа Олланду письмо, и не получив через 3 дня ответа, публично через твиттер обратилась к нему с вопросом о том, читал ли он её письмо. Сначала министр иностранных дел Франции Андрэ Валлини, затем сам Франсуа Олланд ответили певице в твиттере. В результате Франция направила 2 миллиона долларов[[101]](#footnote-100). В 2017 певица продолжила “атаковать” в твиттере глав государств. 27 июня перед саммитом G20 она обратилась к президенту Аргентины Маурисио Макри,к премьер-министру Канады Джастину Трюдо, французскому президенту Эммануэлю Макрону, к пресс-секретарю Ангелы Меркель Штефану Сайберту с вопросом будут ли поддерживать финансирование Global Partnership for Education, от всех она получила ответ, а с Президентом Макроном она в июле встретилась лично в Елисейском дворце для обсуждения проблемы образования. В 2018 году перед Конференцией по финансированию Глобального партнерства в области образования (GPE) она обратилась через твиттер к высшим лицам Норвегии, Франции, Великобритании и Австралии, указывая необходимую сумму денег. Организаторами конференции выступили Президент Франции Эммануэль Макрон и Президент Сенегала Маки Салл, сама певица была на конференции и поблагодарила страны за сделанные взносы. И хотя страны внесли меньше средств, чем просила певица (например, Великобритания 225 миллионов фунтов вместо 380 миллионов, Франция- 200 миллионов евро вместо 250,и поэтому заданная планка 3.1 миллиарда долларов не была достигнута) ,но в сумме было собрано 2.3 миллиарда долларов.[[102]](#footnote-101)

В данном кейсе певица предстала больше как дипломат, хотя она побывала и в роли эксперта и гуманитарного деятеля. Её заслуга в том, что она говорила “от лица Юга”, обращаясь не только к мировой общественности, но и к мировым лидерам. Её деятельность можно назвать эффективной, и она больше основывалась на её личности и инициативе. Использование твиттера принесло плодотворные результаты, не только потому что СМИ сразу обращали внимание на её твиты, на реакцию или отсутствие реакции политиков, но и благодаря тому, что она оказывала определенное давление на политиков при помощи своих поклонников, которые вслед за ней писали им.

Третий кейс связан с деятельностью певицы Деми Ловато, которая является послом организации We Charity- в прошлом имевшая название Free The Children-Свободу детям. В Кении певица впервые оказалась в августе 2013 году, решив отметить своё 21 летие в качестве волонтёра. Она участвовала в строительстве школы, общалась с местным населением региона Масаи Мара. Отметим, что ещё до поездки для организации она собрала 50 000 долларов с помощью своего благотворительного онлайн бутика ( DEMI LOVATO online Charity Boutique). Также в ходе первой поездки певица посетила занятие по созданию рафики (браслетов из бисера), которое проводилась женщинами Масаи- Maasai Mamas. В результате певица придумала свой дизайн браслета, и затем браслеты её дизайна, созданные этими женщинами, продавались в 2014 во время её мирового турне, вся выручка пошла на финансирование строительства центра по расширению возможностей женщин в Кении. В январе 2017 певица вернулась и поучаствовала в заложении фундамента будущего центра, посетила школы, приют для слонов Дэвида Шелдрика[[103]](#footnote-102). В общей сложности певица пожертвовала 80 000 долларов организации.

В данном кейсе певица Деми Ловата предстаёт больше как гуманитарный деятель, немного эксперт. Её деятельность, хотя и не является масштабной как у Рианны или Кэти Перри,но она была конкретной, адресной, с очевидными результатами: улучшением жизни населения региона Масаи Мира.

С точки зрения автора работы, популярные артисты являются международными акторами не только благодаря их международной деятельности, но и потому, что их музыку слушают во всём мире, они гастролируют по всему миру и имеют возможность через Интернет, а также на своих концертах доносить определённые идеи, общаться с поклонниками.. Это огромная “мягкая сила”, звёзды действительно оказывают влияние людей. Несколько стран считают, что их влияние негативное, поэтому некоторым звёздам запрещён въезд в эти страны. Например, в 2012 в Индонезию был запрещён въезд для Леди Гаги (Lady Gaga) под влиянием протестов исламских групп и соответственно концерт, на который уже было продано 52,000 билетов был отменён[[104]](#footnote-103). Также по “моральным причинам” запрещен въезд в Малайзию певице Бейонсе ( Beyoncé) и Кеше ( Kesha). По политическим причинам певице Кэти Перри запрещено въезжать в Китай, так как во время выступления в Тайбэе она накинула на плечи флаг Тайваня, а в ходе тура в поддержку альбома “Prism” один из её образов состоял из платья, поверх которого прикреплены подсолнухи- символ китайского студенческого движения 2014 года ( The Sunflower Student Movement).Въезд в Китай также запрещён Леди Гаге и Селене Гомез, так как они встречались с Далай-ламой.

Не только государства осознают масштабы влияния звёзд, но и террористическая организация ИГИЛ. В результате теракта на концерте американской группы Eagles of Death Metal в театре “Батаклан” в Париже в 2015 погибли 89 человек, в результате теракта на концерте американской певицы Арианы Гранды в Манчестере в 2017 погибли 23 человека (включая смертника), 116 получили тяжелые ранения. Концерты являются местом скопления большого количества людей, но также нужно отметить, что ИГИЛ запретила на своей территории музыку и враждебно относится к американской культуре.

Отметим, что спустя 2 недели после атаки на концерте Арианы, певица вернулась с благотворительным концертом, в котором приняли также участие другие американские и британские музыканты.В помощь пострадавшим, семьям жертв было собрано 13 миллионов долларов. Со сцены артисты выражали не только соболезнования, но также призывали оставаться сильными и быть на стороне любви.

Таким образом, мы увидели, что американские звёзды не только активно действуют на международной арене, с разной долей внося свой вклад в международные отношениями. Тот факт, что некоторые американские звёзды являются персонами non-grata, что на их концертах произошли террористические акты, а также то, что их популярность распространяется по всему миру свидетельствует о том, что они являются международными акторами. Их благотворительная как национальная, так и международная деятельность может подвергаться критике, так как она может восприниматься как пиар, способ получить налоговые льготы. Тем не менее, в рассмотренных кейсах нельзя сказать, что певицы действовали ради получения большей славы, выгоды. Отметим, что сами организации задействуют знаменитостей, чтобы обратить внимание не только на проблемы, но и на деятельность организации. То, что в глазах поклонников артисты ещё больше возвышаются благодаря таким действиям- это бессспорно, как и то, что международное участие влияет на самих артистов. Но основная их задача в том, что они выступают от лица нуждающихся, обращаясь к остальному миру, вносят пожертвования, привлекают внимание к проблемам.

##  **3.2. Результаты онлайн- опроса: “Влияние американских исполнителей на российских поклонников.**

Музыканты как и люди иных профессий, попадающие в категорию “звёзды/знаменитости” обычно являются предметом подражания для молодого поколения. Благодаря Интернету влияние американских музыкантов распространяется по всему миру, деятельность фан-сообществ способствует разрушению языкового барьера, так как интервью, публикации в социальных сетях переводятся.

Для того чтобы узнать, какое личное воздействие оказывают американские музыканты на российских поклонников автор создал интернет- опрос и отправил его в самые большие фан-сообщества Вконтате, посвященные: Рианне, Тейлор Свифт, Деми Ловато, Майли Сайрус, Ариане Гранде).

 Преимущественно автор сделал упор на сообщества следующих певиц: Деми Ловато, Майли Сайрус, Ариана Гранде, Селене Гомез- так как 1) это молодые певицы Деми Ловато, Селене Гомез Майли Сайрус по 25 лет, Ариане Гранде 24 года 2) соответственно их слушают подростки, которые проходят период формирования как личности, которые более восприимчивы к новым идеям 3) эти певицы стали популярными будучи детьми, подростками, благодаря Disney, таким образом часть их нынешних фанатов выросло вместе с ними. 4) эти певицы участвуют в общественно-политической деятельности США. Интерес к Рианне основан на том, что она популярна как в России ( в 2013 году песня исполнительницы Diamonds неоднократно на протяжения года попадал в топ чартов, в 2013 заняла 2 место в итоговом хит-параде Европы Плюс, и в целом на Европе Плюс её песни входили в недельные чарты 427 недель- 2 место за всю историю чарта[[105]](#footnote-104)) так и в США (певица возглавляет список самых продаваемых песен онлайн по данным RIAA (Американской ассоциации звукозаписывающих компаний)[[106]](#footnote-105)). Тейлор Свифт является артистом, который является одним из самых влиятельных в американской музыкальной индустрии ( в 2016 она возглавила список 100 Форбс, став самой высокооплачиваемой знаменитостью[[107]](#footnote-106), в 2014 году она получила награду от Международной федерации производителей фонограмм и видеограмм как самый продаваемый артист[[108]](#footnote-107), наряду с британской певицей Адель, является единственной женщиной дважды получившей Грэмми в категории альбом года,” заставила Apple изменить политику сервиса Apple Music”[[109]](#footnote-108)), но в России она не так популярна, отчасти потому что певица большую часть карьеры посвятила кантри-музыке, лишь в 2014 выпустила альбом, полностью состоящий из песен в жанре поп. Соответственно, можно сказать, что певица не подходила под формат наших радиостанций. Первая её песня появилась на Европе Плюс в 2013 году и даже один раз возглавила недельный чарт, а по итогам годового хит-парада “I knew you were trouble” заняла 17 место. С тех пор, только ещё 2 её песни были на Европе Плюс: “Wildest dreams” (2015- песня не попадала в чарты) и её дуэт с британским певцом Зейном (Zayn) (2017- самая высокая позиция песни в недельном хит параде- 5 место).

Интернет-опрос был создан на платформе Google формы, было получено чуть более 800 ответов, но некоторые пришлось удалить, так как они принадлежали поклонникам, проживающим вне России.Таким образом, было проанализировано 763 ответов. Круг музыкантов не ограничился только вышеупомянутыми певицами, частично потому что опрос был в открытом доступе в социальных страницах автора и потому что ,зачастую, музыкальные предпочтения людей широки. Самое большое количество ответов автор получил от респондентов 16-18 лет.



Первый и второй вопросы в опросе были следующие - ***1) Перечислите американских исполнителей, американские группы , которых Вы чаще всего слушаете. (если Вы их не слушаете поставьте -), 2) Среди перечисленных Вами исполнителей укажите, кто является Вашим кумиром? (если таковых нет, поставьте - )***. При ответе на этот вопрос многие респонденты, перечислявшие несколько исполнителей и групп, ошибочно относили чаще всего к американским артистам/группам а) британских артистов ( Эда Ширана (Ed Sheeran), Дуа Липу (Dua Lipa) группу One Direction и её участников отдельно, Coldplay. Hurts) б) канадских исполнителей ( Дрейка (Drake), Weeknd, Шона Мендеса (Shawn Mendes), Джастина Бибера (Justin Bieber), Аврил Лавин (Avril Lavigne)) в) австралийских ( Лорд/Lorde, Сию/ Sia).Это говорит о том, что у русскоязычных слушателей при прослушивании песен возникает автоматически привязка англоязычного исполнителя с США. На это может влиять и то, что многие артисты добиваются всемирной славы, после того как они становятся популярными в США. Может быть на это влияет то, что не американские музыканты проводят много времени в США, фактически проживая там или гастролируя интенсивно по Штатам.

Третий вопрос- ***Являются ли они для Вас примером для подражания? Если да, то в каких областях? (например: стиль одежды, образ, поведение, интерес к здоровому питанию или к чему-то иному)***. Ответы от респондентов были разные, небольшое количество людей ответили, что исполнители не являются для них примером для подражания. Одними из самых популярных ответов были: стиль одежды, образ. Но самым популярным можно считать собирательное слово “поведение”. Автор попросил некоторых респондентов, которые оставили свои контакты, объяснить, что они имеют в виду под “поведением”. Как оказалось- это то, что также написали многие люди, не употребляя это слово: доброе, открытое отношение к людям, к окружающим. Отличительной чертой поклонников певицы Майли Сайрус является то, что она является для них предметом подражания в плане отношения к животным. Певица является активным защитником прав животных и вегетарианкой, и фанаты благодаря ей перешли в веганство. Поклонники разных исполнителей писали, что кумиры являются примером подражания в плане благотворительности, ведения здорового образа жизни, они стремятся быть такими же самоуверенными.

Третий вопрос имеет определённое сходство с вопросом номер 10, поэтому развёрнутые ответы некоторых людей на 3-й вопрос подходили под ответ на 10-й. Так как 10-й вопрос связан с 7-м и 8-м, рассмотрим результаты ответов на них:



Лишь 5,6% респондентов не осведомлены об общественной деятельности артистов. Такой маленький процент связан высоким процентом людей, которые подписаны на официальные страницы и фан-сообщества артистов: 90,7% и 92,8% (вопросы 4 и 5).







На 9-й вопрос: ***Оказывает ли влияние их общественная деятельность на Ваше мировосприятие? 28,8% ответили нет:*** *“Они могут направить меня или подсказать, но решение я всегда принимаю сама, поддерживаю ли я феминизм и т.д. Они лишь могут делиться с нами своим опытом.Тем самым мы развиваемся в разных сферах, познаем больше, но мнение должно быть у каждого своё.” (ж, 14 лет)“, “* *Влияния особо сильного нет. К большинству идей/мыслей я прихожу сама. А исполнители/кумиры, поддерживающие те же ценности, что и я, помогают понять, что хорошие люди были, есть и всегда будут”(ж, 19 лет)-* данные ответы были получены на 10-й вопрос: ***“ Если вы ответили положительно на предыдущий вопрос, опишите, как творчество и/или деятельность музыкантов повлияли на вас ( Вы можете написать тут всё что угодно: от моральной помощи в сложных ситуациях до принятия идей феминизма, равенства). Укажите пожалуйста артиста(ов)/группу”.***

Тем не менее, большинство (71,2%) указали, что артисты оказывают влияние на них: являются моральной поддержкой ,вдохновляют( многих кумиры сподвигли заниматься музыкой), мотивируют достигать свои цели, учить английский, принимать себя и других, какие они есть, способствуют принятию идей феминизма, более толерантному отношению к ЛГБТ сообществу, а также знакомят с проблемами американского общества.

1.“ *Майли Сайрус как то помогла мне выйти из депрессии и отказаться от суицида. Я часто задавалась вопросами, почему мир именно такой, и почему я не такая как все. Майли помогла мне разложить по полочкам все мои мысли и вопросы в голове. Своими интервью она будто бы говорила вслух все мои проблемы, о которых я молчала. Она показала, насколько неважно какого пола ты являешься, и насколько глупы все придуманные людьми стереотипы. Майли научила меня уважать все мнения, национальности, религии, ориентации и самое главное не обращать никакое внимание на внешность человека. Она научила помогать и поддерживать окружающих.” (ж.15)*

*2. “ Demi Lovato. Ее творчество сильно повлияло на меня. За 5 лет, что я слушаю ее музыку многое изменилось, как я считаю, к лучшему. В ее песнях я всегда находил какую-то поддержку, силу и мотивацию жить дальше. Ее личная история, много напомнила мне мою. Я понял, что могу многого добиться просто веря в себя и не опуская руки, я тот, кто я есть и мне не нужно этого стесняться. Каждый раз, когда на душе плохо, ее песни могут за мгновение поднять мое настроение. Благодаря ей я нашел свой путь, был сильно вдохновлен и сам занялся музыкой” (м.20)*

*3.*  **“***Из-за Бейонсе я заинтересовалась феминизмом, мне стали интересны вопросы культуры и истории темнокожего населения. Также, Бейонсе затрагивает в своих песнях (и не только) очень важные социальные вопросы.” (ж. 18)*

*4. “Леди Гага оказала огромное влияние на формирование моих взглядов и убеждений, именно благодаря ей в возрасте 13-14 лет я принял простые истины, что людей нельзя судить по расе, полу или ориентации. Также, она помогла мне принять себя таким, какой я есть, и не считать себя каким-то неправильным из-за своей гомосексуальности.” (м. 20)*

Вышеуказанные цитаты резюмируют общие мысли, которые высказывали респонденты относительно влияния их кумиров или просто музыкантов, которые они слушают, на них.В плане влияния, оно одинаковое: артисты оказывают психологическое воздействие (воодушевляя, вдохновляя, помогая), американские музыканты выступают за равенство, в целом, за демократические свободы. Специфика влияния может проявляться, если существует определенная отличительная черта артиста- например, как ранее уже упоминалось, Майли Сайрус является вегетарианкой, и многие поклонники пошли по её стопам, Деми Ловато страдала от пищевого расстройства, поэтому певица продвигает идею бодипозитивизма ( body positivism)- принятие своего тела, какое оно есть.

 Американские артисты открыты: они рассказывают о проблемах, через которые они проходили или проходят, тем самым показывая, что они такие же люди, и именно это привлекает поклонников. Объединяясь вокруг своего кумира они создают фандомы, которые имеют свои названия, например, поклонники Майли Сайрус- смайлеры, Деми Ловато- ловатики, Селены Гомес- селенаторы и т.д. Принадлежать к фандому- означает принадлежность к “семье единомышленников”, фанаты находят понимание и поддержку внутри своей “семьи” : “ *Он (рэпер Machine Gun Kelly) не так популярен как остальные исполнители, которых я перечислил в вопросе 1, но даже в России у него очень сплоченная фан-база - дружная семья EST (Everyone stands together), в чем я лично убедился на его концерте в Москве осенью прошлого года”* (м.21, Ростов-на-Дону).

 Среди фанатов выделяются те, кто является ещё и администраторами фан сообществ, так как они тратят своё время и энергию для информирования других фанатов, их мобилизацию. В начале 2010-х среди фандомов было популярным с помощью выведение в тренды определённого хэштега в Твиттере обращать внимание на себя своих кумиров, представителей их команды. Например, таким образом, самое крупное сообщество Вконтакте (129 571 подписчиков на 23.05.2018)[[110]](#footnote-109) об Ариане Гранде удалось связаться с певицей: “*С Арианой и её родственниками мы связывались приблизительно в 2012-2013 годах, так как в то время она ещё не была настолько известной исполнительницей, однако всё равно часто приходилось писать много твитов, чтобы нас заметили. В основном писали про коллажи от нашего сообщества ко дню рождения/выходу альбома (но эти твиты, кажется, только лайкали), а также по "личным" вопросам, например, просили поздравить с ДР, спрашивали про любимый предмет в школе и т.д”.* (администраторы сообщества)

Другим примером мобилизации поклонников является то, что благодаря действиям поклонников можно добиться проведения концерта, примером является концерт Деми Ловато в Москве в 2013: “*Одно концертное агентство после долгих уговоров со стороны поклонников согласилось устроить опрос за концерт Деми в Москве. Необходимо было набрать 10 тысяч голосов, чтобы они связались с менеджментом Деми и отправили заявку. Общими усилиями, привлекая другие фандомы, мы собрали эти голоса, и в итоге концерт состоялся) Не очень успешно, правда, т.к. в итоге зал был заполнен лишь наполовину, но не суть, тогда мы были счастливы”.* (Анастасия Свирцева, администратор группы посвященной Деми Ловато)

Так как обычно существует несколько сообществ, посвященных одному исполнителю, для привлечение аудитории администраторам приходится быстро реагировать на появление новостей, переводить публикации и интервью звёзд на русский язык, создавать оригинальный контент. Автор провёл письменные интервью с администраторами самых крупных фан сообществ, посвящённых Деми Ловато, Майли Сайрус, Тейлор Свифт, попросив каждого ответить на вопросы о том, как они познакомились с их творчеством, что сподвигло их стать администратором, пытались ли они вместе с подписчиками связаться артистами, какое влияние оказало творчество исполнительниц на них. Полное содержание интервью находятся в разделе приложения.

Интервью показали с администраторами сообществ подтвердили, что зачастую знакомство с творчеством, личностью американского артиста происходит благодаря радио, телевидению:  *“я услышала её песню «You Belong With Me» то ли по радио, то ли по телевизору” (*Один из администраторов сообщества о Тейлор Свифт[[111]](#footnote-110)- Юлия Михаилова[[112]](#footnote-111) ; “*Впервые я увидела Деми в фильме «Программа защиты принцесс», но заинтересовалась ею и её творчеством лишь спустя несколько лет, когда в начале 2012-го на российском тв появился канал Disney, и я начала смотреть сериал «Дайте Санни шанс».” (*Администратор сообщества о Деми Ловато[[113]](#footnote-112) - Анастасия Сиверцева[[114]](#footnote-113)

Интервью также показали, что приток волны подписчиков в группы связан с появлением новых альбомов: “*Это были 2013-2014 года. Майли выпустила свой новый альбом «Bangerz». Тем самым произвела огромное впечатление на публику” (*Администратор группы о Майли Сайрус[[115]](#footnote-114)

Все администраторы ответили, что вместе с подписчиками сообщества они пытались привлечь внимание своих кумиров, но обратную связь от лично от певиц им получить не удавалось, но например, музыканты Деми Ловато и её мама откликались на твиты поклонников.

Интервью с администраторами сообществ также показало то, насколько важно для человека может быть творчество музыканта и как сильно оно оказывает влияние: “*Следуя её примеру, я училась любить и принимать себя со всеми моими достоинствами и недостатками, быть увереннее в себе, честнее, но самое главное приобретение – это люди, с которыми меня свел общий интерес, и которые впоследствии стали моими близкими друзьями в реальной жизни”* (Анастасия Сиверцева, администратор группы посвященной Деми Ловато)

Безусловно, не только американские артисты оказывают такое влияние, но их отличает от других западных артистов их открытость к фанатам, активная общественная и политическая вовлеченность, и таким критериям соответствует если не все, то абсолютное большинство американских артистов, так как именно на этом строится их поддержка со стороны, в первую очередь, американских фанатов.

Исходя из наблюдений за новостями из мира западной музыки, автор считает, что британские популярные артисты определённо уступают американцам в политической активности, что может быть связано в целом с “британской сдержанностью” или незаинтресованностью. Так, популярный британский артист Эд Ширан ( в 2017 самый прослушиваемый исполнитель на Яндекс.музыке благодаря песне Shape of you) в своей песне “what do I know?” выразил идею, что можно с помощью музыки изменить мир, не вмешиваясь в политические, религиозные и иные споры. : “ My daddy told me, "Son, don't you get involved in politics, religions, other peoples' quarrels”, " Everybody's talking 'bout exponential growth / And the stock market crashing in their portfolios / While I'll be sitting here with a song I wrote.Sing, love could change the world in a moment / But what do I know?”. Это конечно не означает, что все британские певцы имеют такую позицию, но в количественном плане активных музыкантов в США больше.

Американские артисты довольно открыты в общении с поклонниками, и конечно же в первую очередь это ощущают американские фанаты. Тем не менее,деятельность российских фандомов не остаётся в стороне . Например, 2014 поклонники Леди Гаги устроили флэшмоб, который не остался незамеченным певицей, она написала в твиттере, что он “Блестящий.. довёл её до слёз”, опубликовав также ссылку на видео[[116]](#footnote-115). Солист группы 30 Seconds to Mars, неоднократно приезжавшая в Россию, в 2015 посетившая 13 городов России, за день до концерта в Петербурге в 2018 позвал поклонников на Дворцовую площадь, где вместе с ними спел несколько песен[[117]](#footnote-116). Перед концертом в Петербурге одна поклонница написала в твиттере участнику группы Imagine Dragons, попросив их исполнить песню из их нового альбома, которую они ранее не исполняли на концертах, и песня прозвучала на концерте.[[118]](#footnote-117) Уникальным примером реального взаимодействия между американскими артистами и российскими поклонниками является сотрудничество дизайнера Даниила Скрипника и фонда Tyler Robinson Foundation, который был основан группой Imagine Dragons. Даниил был замечен участниками группы благодаря своим работам, которые он публиковал в инстаграме. В результате Даниил стал послом фонда в России и создаёт разные проекты, чтобы привлечь пожертвования в фонд: “*Контакт с группой появился после первого арта, мне повезло, действительно повезло с тем, что мой труд ценится и мой навык развивается благодаря им. После обмена энергией с ними, я решил углубиться в ТРФ и направить свою страсть на что-то действительно важное, и эта страсть привела меня к предложению стать центральным послом от России. Финальной точкой стал мой крупным проект по созданию эксклюзивного чемодана, после публикации которого я получил контракт.”[[119]](#footnote-118) (Даниил Скрипник)*

Таким образом, как опрос, так и общение с поклонниками выявил, что американские артисты оказывает большое влияние на российских поклонников. Это влияние не ограничивается только в моральной поддержке, в какой-то личной помощи для поклонника , благодаря американским артистам поклонники восприняли идеи феминизма, стали более толерантными к ЛГБТ сообществу, стали участвовать в благотворительной деятельности и “глазами” артистов они знают проблемы в США, в мире. Не менее важным в этом контексте является наличие, хоть и слабой (по сравнению с США), но всё же какой-то коммуникации между российскими поклонниками и американскими артистами.

## **3.3 Анализ текстов “проблемных” песен американских исполнителей.**

Главный инструмент воздействия музыкантов- это музыка и тексты песен. И чтобы понять, оказывает ли влияние американские песни автор задал следующий вопрос: “Вслушиваетесь ли Вы в слова песен, знакомитесь с текстами или их переводом?”



Большинство ответило, что они вслушиваются в тексты песен, знакомятся с переводом, и именно поэтому при ответе на вопрос ( Процитируйте первую пришедшую Вам в голову /любимую строчку из любой песни американского исполнителя/ американской группы (можно несколько)) были цитаты на русском, но, конечно, большинство цитат было на английском. Чаще всего, что было предсказуемо, цитировались песни о любви, например, среди повторяющихся цитат были : “ Shine bright like a diamond”[[120]](#footnote-119) (Рианна- Diamonds), “Tell Me You Love Me”[[121]](#footnote-120) (Деми Ловато- Tell Me You Love Me). Но цитировались также песни:

1) которые адресовались “хейтерам”, т. е ненавистникам творчества исполнителей, например песни Тейлор Свифт “What you made me do”, “Shake it off”, Деми Ловато “Sorry not sorry”, Селена Гомез “kill ‘em with kindness”- и именно такого рода песни позволяют фанатам в свою очередь легче переносить ненависть со стороны окружающих в их сторону.

2) песни, которые призывают принимать себя : Селена Гомез “Who says” *(Who says you're not perfect? Who says you're not worth it? Who says you're the only one that's hurting? Trust me, that's the price of beauty[[122]](#footnote-121)),* Майли Сайрус “we can’t stop“*(Remember only God can judge us/ Forget the haters cause somebody loves ya/[[123]](#footnote-122)) “ younger now” ( No one stays the same / You know what goes up must come down, / Change is a thing you can count on[[124]](#footnote-123))*

*3)* песни, которые вдохновляют, призывают к работе над собой, *- Fall out boy -Centuries ( Some legends are told /Some turn to dust or to gold / But you will remember me / Remember me, for centuries[[125]](#footnote-124)).* Эта песня, по описанию участника группы, доносит идею, заложенную в библейской истории Давида и Голиафа, “ каждый может оказаться на сцене – это вопрос силы веры».*[[126]](#footnote-125)* Также цитировалась песня Imagine Dragons *“Whatever it takes”(“ I do whatever it takes”[[127]](#footnote-126)) и* Деми Ловато “Skyscraper” *(“I will be rising from the ground like a skyscraper”[[128]](#footnote-127))*

Автор привёл в пример песни, которые цитировались несколько раз, но, конечно, упомянуть и классифицировать все песни сложно. Учитывая то, что целевая аудитория исследования - определённые фандомы, то больше всего цитировались песни Деми Ловато, Тейлор Свифт, Майли Сайрус, Ариана Гранде и Рианны, . Но нахождение в фан группе не означает, что человек не знает о творчестве других исполнителей, поэтому были ответы, в которых респонденты рассказывали о влиянии других музыкантов, указывая, что увидели они опрос в группе, где специально был опубликован вопрос.

Далее автор хотел бы рассмотреть песни, которые затрагивают ЛГБТ сообщества, феминизм, в целом идею равенства. Каждый “уважающий себя” популярный американский исполнитель поддерживает ЛГБТ сообщества, выступает за гендерное равенство . Более того, они могут критиковать друг друга по этому поводу, что создаёт дебаты в СМИ, социальных сетях. Например, Деми Ловато в 2016 году критиковала Тейлор Свифт за то, что та прикладывает немного усилий реальных в продвижении феминизма: “Don’t brand yourself a feminist if you don’t do the work”[[129]](#footnote-128);“Take something to Capitol Hill or actually speak out about something and then I'll be impressed.”[[130]](#footnote-129). В 2014 певица Лана Дел Рей сказала, что “ для неё феминизм неинтересная концепция”[[131]](#footnote-130) после чего её критиковали за анти-феминизм. Избрание Президентом Дональла Трампа оказало большое влияние певицы, она осознала значимость проблемы положения женщин, и например, “ на написание песни God bless America оказало влияние атаки республиканцев на права женщин”[[132]](#footnote-131)

**Песни затрагивающие ЛГБТ сообщества:**

1. Песня певицы Леди Гаги “ Born this way” призывает принимать себя вне зависимости не только от ориентации,но и расы, социального положения: “Don't hide yourself in regret/ Just love yourself and you're set. Don't be a drag, just be a queen/ ***Whether you're broke or evergreen. You're black, white, beige, chola descent/You're Lebanese, you're Orient/Whether life's disabilities*** / Left you outcast, bullied, or teased /**Rejoice and love yourself today** /'Cause baby you were born this way ***No matter gay, straight, or bi/ Lesbian, transgendered life*** I'm on the right track baby I was born to survive”[[133]](#footnote-132). Отметим, что её альбом, имеющий такое же название, что и песня "Born This Way" стал “Самым успешным международным релизом 2011 года в России (6-е место в итоговом рейтинге), он же единственный мультиплатиновый диск года.”[[134]](#footnote-133) Певица приезжала в Россию в Петербург и Москву в 2012 в рамках тура "Born This Way Ball". На этих концертах певица неоднократно во время общения с залом затрагивала проблему положения сексуальных меньшинств в России. В Петербурге певица сказала: "В государстве есть множество законов.Но никто не может создать такой закон, который бы регулировал отношения людей"[[135]](#footnote-134). На концерте в Москве она обратилась к публике со словами: “У вас есть шанс, один шанс сегодня вечером бороться за свои права. Сегодня это мой дом, Россия, в нем вы можете быть кем угодно, и геями тоже"[[136]](#footnote-135)После концертов её, а также певицу Мадонну, которая тоже в 2012 году приезжала в Россию и со сцены призывала к толерантности к ЛГБТ, обвиняли в гей пропаганде, но Генпрокуратура лишь признала, что певицы нарушили визовый режим[[137]](#footnote-136). Леди Гага отреагировала следующим образом, написав в твиттере, что “Российское правительство криминальное… Российские ЛГБТ сообщества- вы не одни”
2. Macklemore & Ryan Lewis feat. Mary Lambert – “Same Love” (2012). В песня американский рэпер Macklemore критикует американцев, которые не принимают ЛГБТ: крайних-правых консерваторов, которые считают, что нетрадиционную ориентацию можно излечить, и в целом американское общество: *“****The right-wing conservatives think it's a decision / And you can be cured with some treatment and religion****/Man-made rewiring of a pre-disposition/Playing God”, “ If I was gay, I would think hip-hop hates me /* ***Have you read the YouTube comments lately? "Man, that's gay" gets dropped on the daily*** */ We've become so numb to what we're saying/* ***Our culture founded from oppression”[[138]](#footnote-137)***. Рэпер Macklemore и продюсер Ryan Lewis получили известность в России благодаря песням “ Can’t hold Us” и “ Thift Shop”, которые попадали в российские чарты в 2013 году. “Same love” не звучала на наших радиостанциях, но в 2016 на фестивале “Ласточка”, где Macklemore & Ryan Lewis выступали, она была исполнена, и перед исполнением Macklemore сказал: “ this song is dedicated to love and loving whoever you want to”[[139]](#footnote-138)

Таким образом, мы видим, что американские артисты непосредственно через творчество, через общение с поклонниками призывают к толерантности к сексуальным меньшинствам. Артисты изначально могут ограничиваться лишь намерением повлиять на американское общество, но это влияние распространяется по всему миру, проникая в том числе в Россию. Для завершения сюжета о проблемах отношения России к ЛГБТ сообществу , автор хотел бы привести пример концерты певицы Halsey, которые прошли в августе 2017 года. Певица принадлежит к ЛГБТ сообществу и активно поддерживает его, соответственно и её поклонники пришедшие на концерт в Москве и Петербурге: “У части зрителей в руках радужные флажки, у кого-то - большие флаги ЛГБТ (говорят, у кого-то на входе их даже отнимали, так что до зала добрались не все), у кого-то радуга нанесена мейком на щеках”[[140]](#footnote-139)- говорится в репортаже о её концерте в Москве ; одну поклонницу оштрафовали за флаг ЛГБТ[[141]](#footnote-140) .

**Песни, затрагивающие проблему положения женщин в обществе, призывающие женщин быть сильными.**

“Who run the world? Girls” - оказалось в числе цитат исследования, и также многие респонденты отмечали, что певица Бейонсе повлияла на их принятие идей феминизма. Песен, призывающих женщин быть сильными и не стесняться своей силы, песен, бросающие вызов стереотипам, написано много, автор упомянет лишь те, которые были выпущены недавно и с большой долей вероятности популярны или известны российским слушателям.

1. Roar- Кэти Перри/Katy Perry- со-автор Bonnie McKee в интервью сказала, что эта песня из разряда : “соберись, стряхни с себя пыль и продолжай, (песня) придающая силы женщинам”[[142]](#footnote-141) (“*You held me down, but I got up /Get ready 'cause I had enough I see it all, I see it now / I got the eye of the tiger, a fighter / Dancing through the fire 'Cause I am a champion, and you're gonna hear me roar”*[[143]](#footnote-142))
2. Demi Lovato в песне “Confident” задаётся риторическим вопросом - “What’s wrong with being confident?” (строчка была процитирована несколькими респондентами)
3. Jennifer Lopez “Ain’t Your Mama”- *“I ain't gon' be cooking all day, I ain't your mama/ I ain't gon' do your laundry, I ain't your mama I ain't your mama, boy, I ain't your mamaWhen you're gon' get your act together?”[[144]](#footnote-143)* Отметим, что в начало клипа на эту песню была включена цитата Хиллари Клинтон: Human rights are women's rights, and women's rights are human rights[[145]](#footnote-144)
4. Последний пример песни, относящийся к теме феминизма: песня Кристины Агилеры (Christina Aguilera) с участием Деми Ловато (feat. Demi Lovato) - Fall In Line- которая была выпущена 16 мая 2018 начинается со слов: *“Little girls, listen closely /'Cause no one told me / But you deserve to know /That in this world, you are not beholden /You do not owe them/ Your body and your soul”[[146]](#footnote-145)*

Две данные проблемы: права ЛГБТ сообществ и женщин- стали особо актуальными в творчестве и деятельности американских исполнителей после вступления на пост Президента Дональда Трампа, которого ещё во время президентской кампании критиковали за неподобающее поведение, слова в отношении к женщинам, который подписал указ о запрете трансгендерам служить в армии, что вызвало волну критики. Ещё две проблемы, которые остро встали перед американским обществом в президентство Трампа- проблема оружия и отношения к афро-американскому населению. Они поднимаются в следующих песнях:

1. В расширенной версии песни “Nowhere Fast” рэпера Эминема (Eminem) с участием певицы Кейлани (Kehlani) артист упоминает школы (Sandy Hook, Stoneman Douglas), где в результате стрельбы погибли дети, а так же обвиняет в этом Национальную Стрелковую Ассоциацию США, которая контролирует правительство США касательно данной проблемы: “*And this whole country is goin' nuts / And the NRA is in our way /They're responsible for this whole production / They hold the strings to control the puppets / And they threaten to take away donor bucks / So they know the government won't do nothin'/ And no one's budgin', gun owners' clutchin'/ Their loaded weapons/They love their guns more than our children”[[147]](#footnote-146)*
2. Большой спектр проблем афро-американского населения затрагивается в творчестве рэпера Кендрика Ламара, который получил в 2018 “Пулитцеровскую премию за выдающееся музыкальное произведение” за альбом Damn, отражающий “ сложность современной афро-американской жизни”. Например, в песне “xxx” с участием группы U2 рэпер , одной из затронутых проблем является то, что СМИ и американские политики воспроизводят образ афро-американцев, как преступников и террористов: *“It's nasty when you set us up. Then roll the dice, then bet us up. You overnight the big rifles, then tell Fox to be scared of us. Gang members or terrorists, et cetera, et cetera.America's reflections of me, that's what a mirror does”* [[148]](#footnote-147)
3. Последний альбом певицы “Lemonade” Бейонсе, который является аудиовизуальным, помимо проблем в её личной жизни, затрагивает проблему жестокости полицейских по отношению к афроамериканцам ( в съемках приняли участие матери убитых полицейскими афроамериканцев), “чёрный феминизм”, например песня “formation”: “*Okay ladies, now let's get in formation, 'Prove to me you got some coordination, Slay trick, or you get eliminated”*[[149]](#footnote-148)

И в завершении сюжета о песнях, отметим песню певицы Пинк “What about Us”. Композиция определённо навеяна политической ситуацией в США. В тексте передается разочарование общества в правительстве, которое не выполняет свои обещания: *“What about us? What about all the times you said you had the answers?..What about all the plans that ended in disaster? What about love? What about trust? What about us?”*[[150]](#footnote-149). Музыкальный клип[[151]](#footnote-150) усиливает политический смысл песни: клип начинается с речей политиков ( “в том числе (речь) Криса Кристи (губернатор Нью Джерси), представляющего будущего президента Трампа на Республиканском национальном собрании”[[152]](#footnote-151)), в которых звучат обещания ("We are going to reject hate! We are going to reject racism!"[[153]](#footnote-152)), и параллельно слышны голоса протестующих. Видео отражает “боль многих американцев, которые чувствуют себя брошенными и неуслышанными в современном обществе”[[154]](#footnote-153). В клипе приняли участие актёры и танцоры разных национальностей, представляющие разные меньшинства, таким образом песня затрагивает и проблему дискриминации.

В российском контексте песни, затрагивающие проблемы в США, являются проводником к более глубокому пониманию американского общества или ,как минимум, к более реалистичному видению страны. Безусловно круг российских слушателей, который интересуется творчеством данных артистов, ограниченный, так как такого рода песни обычно не звучат на радио. Тем не менее, если посмотреть на “размеры” данного круга, он не такой маленький. Самые крупные сообщество Вконтакте , посвящённое Бейонсе насчитывает более 201 тысячи подписчика, Кендрикe Ламарe более 99 тысячи, Эминему более 896 тысячи.

Возвращаясь к результатам исследования, после всех вопросов, касающихся влияния американских артистов, респонденты ответили на вопросы об их отношении к США.







59,1% относятся к США положительно, 40% нейтральны Лишь 30 человек из 763 респондентов не хотят посетить США. С определённой долей уверенности можно говорить о том, что музыка и сами артисты способствуют положительному восприятию США. Сами артисты воплощают в себе Америку как свободную страну (страну, где можно быть кем угодно и открыто говорить о проблемах), и как страну возможностей. Артисты являются символом американской мечты, так как их успехи являются примером того, что можно всего добиться, если упорно работать. А их критика общества и американского правительства скорее позволяют увидеть более реальную картину США (но это утверждение можно частично поставить под вопрос, так как американская музыкальная индустрия в целом поддерживала Хиллари Клинтон в ходе президентской кампании, соответственно можно выдвинуть гипотезу, что представление о Дональде Трампе у российских поклонников негативное)

В завершении главы отметим главные выводы:

1. Американские артисты являются международными акторами, так как они участвуют в международной деятельности, международных отношениях, являясь послами международных организаций, взаимодействуя с главами государств, выступая “от лица африканского населения”, оказываясь “под ударами” ИГИЛ, являясь персонами non grata .
2. Американские популярные являются международными акторами, так как их влияние распространяется через творчество по всему миру.
3. Влияние американских музыкантов на российских поклонников в первую очередь связано с их образом, стилем и поведением. Артисты также помогают поклонникам преодолевать сложные жизненные ситуации, как личным примером, так и своими песнями, помогают поклонникам принимать себя.
4. Американские артисты, являясь носителями американской культуры, ценностей, транслируют их, и они воспринимаются российскими поклонниками: толерантное отношение и поддержка ЛГБТ, идеи феминизма и гендерного равенства, активное участие в благотворительной деятельности.
5. Американские артисты способствуют положительному восприятию США, но также, говоря о проблемах страны, способствуют более реальному видению страны.

Все формы проявления влияния и взаимодействии американских артистов с российскими поклонниками являют собой проявление роли популярной культуры, музыки как способ коммуникации. Однако полученные факты, результаты можно рассмотреть и через призму концепции “мягкой силы”. Как уже было отмечено в первой главе: не только государства обладают “мягкой силой”, но и отдельные люди. Американские музыканты определённо обладают “мягкой силой”, и их творчество, прямо не контролируемое правительством, тем не менее способствует позитивному восприятию США среди людей по всему миру, способствуют распространению демократических ценностей, что соответствует внешнеполитическим задачам и интересам США. Более того, теоретически, американские музыканты могут быть субъектами модели косвенного проявления “мягкой силы”, где влияние оказывается на население страны, затем уже люди оказывают влияние на элиты. В российском внешнеполитическом контексте распространение американских ценностей является угрозой национального интереса России в “сохранении и развитии культуры, традиционных российских духовно-нравственных ценностей”[[155]](#footnote-154). Под таким углом, американская популярная культура может восприниматься как **неофициальный** инструмент политики “мягкой силы” США в России.

# **Заключение**

Проведённое исследование затронуло такую проблему как культурное влияние США. Другие страны в мировом масштабе на сегодняшний день уступают США в производстве и продвижении продуктов популярной культуры, и это доминирование США имеет различного рода последствия, в том числе политические, культурные, общественные. В связи с этим в данной работе была поставлена цель- определить популярна ли американская музыка в России и выявить какое влияние американские исполнители оказывают на российских поклонников.

В данном исследовании было рассмотрено и обобщенно, какое место популярная культура и популярная музыка могут занимать в международных отношениях, какие функции они могут осуществлять, как использоваться. Исследования о популярной культуре в рамках международных отношений появились благодаря концепции “мягкой силы” Дж.Ная. Культура является одним из источников “мягкой силы”, в связи с этим популярная культура может рассматриваться как **внешнеполитический инструмент,** а одними из её **функций** могут считаться **повышение имиджа государства**, **оказание влияния на общества** других стран. К такому заключению также подталкивает точка зрения Франкфуртской школы, которая считает популярную культуру как средство манипуляции, управления. Вторая функция популярной культуры заключается в том, что она может служить **способом коммуникации**, благодаря которому достигается понимание между разными народами.

Примеры использования популярной культуры как внешнеполитического инструмента и как способа коммуникации раскрываются в исследованиях **о месте популярной культуры в ходе вооружённого конфликта** (когда необходимо повлиять на общество противоположного государства) и после ( когда популярная культура становится площадкой для эмоционального выплеска и диалога)

 Изучение популярной культуры в рамках международных отношений связано также с тем, что её распространение связано с такими процессами как глобализация, глокализация, мультикультурализация, а доминирование американской культуры- с американизацией и культурным имперализмом. Таким образом, популярная культура- это ещё **участник международных процессов.** Связь международных отношений и популярной культуры основывается также на таком феномене как **celebrity-politics**: знаменитости могут активно участвовать в международной деятельности, занимаясь благотворительностью, выступая в качестве послов международных организаций.

Популярная музыка- будучи частью популярной культуры, соответственно может осуществлять такие же роли, также функционировать, также быть связанной с международными отношениями как и популярная культура. Данный тезис был подтвержден обзором литературы, которая посвящена именно раскрытию связи между музыкой и международными отношениями. Однако музыка сама по себе является отдельным феноменом, который по большей мере не контролируется государством, поэтому популярная музыка является неофициальным внешнеполитическим инструментом, и её личностное влияние на людей выделяет её больше в роли способа коммуникации.

В данном исследовании был проведён анализ российских музыкальных чартов, который показал, что наибольшее соответствие из трёх концепций: американизация, глокализация и мультикультурализация- российским реалиям в чартах больше соответствует мультикультурализация.Несмотря на то, что в пределах одного года разные чарты могли по соотношению песен противоречить друг другу в силу своей специфики, везде превосходила доля песен категории “остальные”. Присутствие американских и британских песен, отнесённых в отдельные категории ещё больше подтверждает мультикультурализм чартов, что говорит нам о том, что присутствие российских песен в российских чартах небольшое или о слабости глокализации- средний процент доли российских песен ( высчитанный по результатам основных чартов (т.е Itunes, Европа плюс недельный чарт, Европа плюс годовой чарт, месячные чарты tophit.ru, недельные Муз-тв) за 2013-2017 год) составляет 21,6%, т.е в среднем **российские** музыкальные чарты состоят на ⅕ из российских песен. Причина такого “слабого присутствия” вероятно связана c популярностью в России песен и исполнителей из стран СНГ (в основном Украины, Белоруссии, Казахстана).

Анализ чартов также определил, что средний процент американских песен составляет 15,7%. Несмотря на то что общая динамика за 2013-2017 год - это снижение доли американских песен, общая картина присутствия американских песен в российских чартах на различных платформах (телевидение, радио и Интернет) немаленькая. Автор предполагает, что если бы был проведён полноценный анализ чартов на “государственную” принадлежность песен, доля американских песен заняла, если не второе, то третье место, с большой долей вероятности уступив Украине. Интерес к американской музыки как со стороны российских слушателей, так и международных можно проследить с помощью онлайн-покупок новых песен и альбомов: американские исполнители, известные по всему миру, в день выпуска песен “захватывают первые места” чартов Itunes десяток стран, в том числе и чарт России.

Выявление значительного присутствия американских песен и интерес к ним со стороны слушателей, что отражают чарты, позволило нам говорить о том, что американская популярная музыка не может не оказывать влияние на российских слушателей, поклонников.

Заключительная глава, посвященная определению акторности американских исполнителей на международной арене и их влиянию на российских поклонников, имеет следующие выводы. Во-первых, их акторность проявляется в международной деятельности ( когда они действуют как послы международных организаций, когда они вносят пожертвования в международные организации). Подтверждает их акторность тот факт, что в некоторых странах они являются персонами non-grata, что на двух концертах американских музыкантов террористы ИГИЛ совершили атаки, а также то,что они пользуются популярностью во всём мире.

Кейсы, рассматривающие международную деятельность певиц: Рианны, Кэти Перри и Деми Ловато- в качестве послов международных организаций показали, что певицы, будучи участниками международных отношений играют важную роль в привлечении внимании к проблемам, “выступают от лица Юга”, обращаясь к мировой общественности и к главам государств.

Во-вторых, что касается влияния на российских поклонников, результаты онлайн опроса и интервью показывают, что американские популярные артисты оказывают большое влияние на поклонников, в различных аспектах: стиль и образ, доброе отношение к окружающим, принятие себя и других, какими они являются, помощь в сложных жизненных ситуациях, мотивация. Большинство поклонников подписаны на официальные страницы своих кумиров, осведомлены об их общественной деятельности,вникают и понимают, о чём те поют. Поэтому среди влияний на российских поклонников отмечается: более толерантное отношение к ЛГБТ сообществу и принятию идей феминизма.Этому также способствует приезд американских исполнителей в Россию, наличие, хоть и слабого, но диалога в социальных сетях и на концертах.

 Современные тексты американских песен помимо проблем равенства и дискриминации поднимают такие проблемы как “насилие с применением оружия”- “gun violence”, а также проблемы афро-американского населения. Таким образом, песни изначально направленные на американских поклонников, американское общество, оказывают воздействие и на наших поклонников, обсуждение и осуждение общества и правительства США в творчестве, в речах, публикациях в социальных сетях позволяют российским поклонникам увидеть более реальную картину американской жизни.

Наконец, результаты исследования показали, что 59,1% поклонников положительно относятся к США, 40% нейтральны, 96,1% опрошенных хотели бы посетить США, что говорит о том, что популярная американская музыка является также “мягкой силой” США, но неофициальной. Но будучи не контролируемой со стороны государства она способствует внешнеполитическим целям США: улучшению имиджа США, распространение американских демократических ценностей.

Размышляя о результатах исследования, в контексте российско-американских отношений.ю автор считает, что популярная музыка является и будет являтся одним из культурных мостов, который соединяет между собой страны, независимо от того, какие есть или будут политические отношения. Даже несмотря на действие закона против пропаганды гомосексуализма, концерты американских артистов, поддерживающих ЛГБТ, в России не отменяли. Музыка и в целом культура, наука, образование всегда были сферами, где был возможен диалог, когда не было официальных политических сношений.

# **Список источников и литературы:**

**Документы:**

1. Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 г. № 683. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/40391> (Дата обращения: 20.05.2018)

**Чарты:**

1. Euro Hit Top 40. URL: <http://eurohittop40.ru/> (Дата обращения: 23.05.2018)
2. Интернет-издание lenta.ru URL:<https://lenta.ru/> (Дата обращения: 23.05.2018)
3. Информационное агенство InterMedia URL: <http://www.intermedia.ru/> (Дата обращения: 23.05.2018)
4. Итоги-2017: 30 самых популярных песен во «ВКонтакте», среди которых нет неожиданностей. URL: <https://tjournal.ru/64212-itogi-2017-30-samyh-populyarnyh-pesen-vo-vkontakte-sredi-kotoryh-net-neozhidannostey> (Дата обращения 03.05.2018)
5. Итоговые Еврохит Топ 40 2017 URL: <http://eurohittop40.ru/5167-2017.html> (дата обращения 20.05.2018)
6. Муз-тв. URL:<http://muz-tv.ru/charts/results/> (Дата обращения: 23.05.2018)
7. Проект TopHit.ru URL: <https://tophit.ru/ru> (Дата обращения: 23.05.2018)
8. Хиты 2014 года. URL: <http://zaycev.net/musicset/2014hits.shtml> (Дата обращения: 10.04.2018)
9. Чарты ﻿Rihanna. URL: <http://eurohittop40.ru/singer/918.html> ( Дата обращения: 10.05.2018)
10. Чарты, рейтинги, хит-парады URL: <http://www.intermedia.ru/news/317195> (Дата обращения 03.05.2018)
11. Шансон года Что слушали россияне в 2011 году. URL: <https://lenta.ru/articles/2012/03/09/chart/> (Дата обращения: 20.05.2018)
12. Эд Ширан стал самым популярным исполнителем года у пользователей Яндекс.Музыки. URL: <http://www.interfax.ru/culture/590586> (Дата обращения 03.05.2018)

**Тексты песен:**

1. Beyoncé - Formation URL: <https://genius.com/Beyonce-formation-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
2. Christina Aguilera feat. Demi Lovato. Fall in line. URL: <https://genius.com/Christina-aguilera-fall-in-line-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
3. Demi Lovato. Skyscraper. URL:<https://genius.com/Demi-lovato-skyscraper-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
4. Eminem feat. Kehlani - Nowhere Fast (Extended Version) URL: <https://genius.com/Eminem-nowhere-fast-extended-version-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
5. Fall out boy. Centuries. URL: <https://genius.com/Fall-out-boy-centuries-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
6. Imagine dragons. Whatever it takes. URL: <https://genius.com/Imagine-dragons-whatever-it-takes-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
7. Jennifer Lopez, Ain’t Your Mama. URL: <https://genius.com/Jennifer-lopez-aint-your-mama-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
8. Katy Perry. Roar. URL: <https://genius.com/Katy-perry-roar-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
9. Kendrick Lamar xxx. URL: <https://genius.com/Kendrick-lamar-xxx-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
10. Lady Gaga. Born this way. URL: <https://genius.com/Lady-gaga-born-this-way-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
11. Macklemore & Ryan Lewis. Same Love. URL:<https://genius.com/Macklemore-and-ryan-lewis-same-love-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
12. Miley Cyrus. Younger now. URL: <https://genius.com/Miley-cyrus-younger-now-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
13. Miley Cyrus. We can’t stop. URL: <https://genius.com/Miley-cyrus-we-cant-stop-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
14. Rihanna. Diamonds. URL <https://genius.com/Rihanna-diamonds-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
15. Selena Gomez. Who says. URL: <https://genius.com/Selena-gomez-and-the-scene-who-says-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
16. P!nk - What About Us <https://genius.com/P-nk-what-about-us-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)

**Видеоматериалы (клипы, интервью музыкантов)**

1. Demi Lovato's Trip to Kenya. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=w0Kkge_EaZA> ( Дата обращения: 07.05.2018)
2. Jennifer Lopez “Ain’t Your Mama” <https://www.youtube.com/watch?v=Pgmx7z49OEk> (Дата обращения: 20.05.2018)
3. Katy Perry Talks Inspiration Behind "Unconditionally" | UNICEF. URL:
4. <https://www.youtube.com/watch?v=D_W8vFeTSZ0> ( Дата обращения: 05.05.2018)
5. Macklemore & Ryan Lewis - Same Love (+ Ben's speech) - Lastochka Fest - Moscow - 09.07.16.
6. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Zy0nhQc-FVc> (Дата обращения: 20.05.2018)
7. Miley Cyrus. Younger now. URL: <https://genius.com/Miley-cyrus-younger-now-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018)
8. P!nk - What About Us (Official Video). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ClU3fctbGls>
9. Inside Rihanna's Trip to Malawi for Education. URL:
10. <https://www.youtube.com/watch?v=VqmFKnHG5q8> ( Дата обращения: 07.05.2018)

**Интервью c администраторами и поклонниками.**

1. Анастасия Сиверцева. URL: <https://vk.com/nastasya_sivertseva> (Дата обращения: 17.05.2018)
2. Администратор фан сообщество Вконакте о Майли Сайрус: URL:<https://vk.com/mileycyrus> (Дата обращения: 17.05.2018)
3. Даниил Скрипник URL:<https://vk.com/danilskr> (Дата обращения: 23.05.2018)
4. Юлия Михаилова. URL: <https://vk.com/id52209048> (Дата обращения: 17.05.2018)

**Фан сообщества**

1. Публикация в фан сообществе Imagine Dragons. URL: <https://vk.com/dragonsrussia?w=wall-13443920_54041> (Дата обращения: 20.05.2018)
2. Фан сообщество Вконакте о Майли Сайрус: URL:<https://vk.com/mileycyrus> (Дата обращения: 17.05.2018)
3. Фан сообщество Вконакте о Деми Ловато: URL:<https://vk.com/ddlovatoworld> (Дата обращения: 17.05.2018)
4. Фан сообщество Вконакте о Тейлор Свифт: URL: <https://vk.com/taylorswift> 61 612 подписчиков на 17.05.18 (Дата обращения: 17.05.2018)
5. Фан сообщество Вконакте об Ариане Грандэ. URL: <https://vk.com/arianagrandeonline> (Дата обращения: 23.05.2018)

**Сообщения СМИ,социальных сетей и исследования, содержащие статистику, данные:**

1. The Taylor Swift Experience. URL: <https://www.grammymuseum.org/exhibits/taylor-swift> (Дата обращения 03.04.2018)
2. Top artists. Digital singles. URL: <https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=top_tallies&ttt=TAS#search_section> ( Дата обращения: 10.05.2018)
3. Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J. U.S. Image Suffers as Publics Around World Question Trump’s Leadership/ Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J.- C.26 URL: <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/06/25100416/PG_2017.06.26_US-Image-Report_Full-Report.pdf> (Дата обращения 24.03.2017)
4. Аудитория ВКонтакте. URL: <https://vk.com/page-47200925_44240810> (дата обращенния 10.04.2018)
5. «Билайн» составил портрет среднестатистического пользователя iPhonе в России. URL: <https://news.rambler.ru/internet/37889894/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink> (дата обращения 15.04.2018)
6. До концерта [Холзи](https://vk.com/halseyofficial) в Москве произошел инцидент: … URL: <https://vk.com/wall-40759514_2252484?&offset=20> (Дата обращения: 20.05.2018)
7. Разумный, Е. У «Яндекс.Музыки» 250 000 платных подписчиков / Разумный, Е. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2017/01/19/673748-yandeksmuziki-podpischikov> (дата обращения: 20.05.2018)
8. Результаты исследований аудитории СМИ. Радио. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/radio/radio-index/information/ratings/?arrFilter_pf%5BCITY%5D=5096&arrFilter_pf%5BDATE%5D=%D0%98%D1%8E%D0%BB%D1%8C+-+%D0%94%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%B1%D1%80%D1%8C+2017&captcha_code=0735e37f8f84fc6af8c7f4d5908396e5&captcha_word=SNPNZ&set_filter=Y> (Дата обращения 03.04.2018)
9. Рожкова, Ж. Google vs Яндекс: исследование бизнес-потенциала поисковиков/ Рожкова, Ж. URL: <https://www.seonews.ru/events/google-vs-yandeks-issledovanie-biznes-potentsiala-poiskovikov/> (дата обращения 15.04.2018)
10. Смартфоны:рынок России. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Смартфоны\_(рынок\_России)](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F%3A%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%84%D0%BE%D0%BD%D1%8B_%28%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8%29) (дата обращния 15.04.2018)
11. Стулов М. Apple вошла в первую тройку по продажам смартфонов в России/ М.Стулов. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2014/01/20/apple-voshla-v-pervuyu-trojku-po-prodazham-smartfonov-v> (дата обращния 15.04.2018)
12. Топ-10 самых популярных радиостанций. URL:<https://www.kommersant.ru/doc/2421754> (Дата обращения 03.04.2018)

**Публикации СМИ, содержащие интервью, цитаты из интервью с музыкантами.**

1. Cooper D. Cover Story: Lana Del Rey Is Anyone She Wants to Be / D. Cooper. URL: <http://www.thefader.com/2014/06/04/cover-story-lana-del-rey-is-anyone-she-wants-to-be> (Дата обращения: 20.05.2018)
2. Fall Out Boy чествуют Чикаго в новом видео «Centuries». URL: <http://muzgazeta.com/rock/201435613/fall-out-boy-chestvuyut-chikago-v-novom-video-centuries.html> (Дата обращения: 20.05.2018)
3. Jocelyn V. Go Behind Katy Perry's 'Raw And Emotional' Prism Writing Sessions / V.JocelynURL: <http://www.mtv.com/news/1716064/katy-perry-bonnie-mckee-prism/> (Дата обращения: 20.05.2018)
4. Katy Perry is UNICEF’s newest Goodwill Ambassador. URL:<https://www.unicef.org/media/media_71241.html> ( Дата обращения: 05.05.2018)
5. Oppenheim M. Demi Lovato criticises Taylor Swift over $250,000 donation to Kesha./ M.Oppenheim URL: <https://www.independent.co.uk/news/people/taylor-swift-instagram-demi-lovato-kesha-dr-luke-a6888976.html> (Дата обращения: 20.05.2018)
6. Swift J. IN THE STUDIO WE SPOKE POLITICS' Lana Del Rey says Donald Trump helped shape her album Lust for Life — and the world needs feminism more than ever / J,. Swift.URL: <https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/4116134/lana-del-rey-new-album-donald-trump-politics/> (Дата обращения: 20.05.2018)
7. “Европа Плюс”: 10 лет на страже формата. URL: <http://www.mk.ru/editions/daily/article/2000/05/12/124584-evropa-plyus-10-let-na-strazhe-formata.html> (Дата обращения 03.04.2018)
8. Леди Гага в Санкт-Петербурге: Я здесь не для того, чтобы оскорбить чью-то религию. URL:<https://regnum.ru/news/1602548.html> (Дата обращения: 20.05.2018)
9. Леди Гага пообещала бороться за права россиян на концерте в Москве. URL: <https://ria.ru/culture/20121213/914565695.html> (Дата обращения: 20.05.2018
10. Посол доброй воли ЮНИСЕФ Кэти Перри вышла в эфир с прогнозом погоды. URL: <https://news.un.org/ru/story/2015/12/1276521> ( Дата обращения: 05.05.2018)

**Сообщения СМИ:**

1. Dallas K., Rueckert P. Global Citizens and Rihanna Just Helped Secure $2.3BN For Education K.Dallas,P. Rueckert. URL: <https://www.globalcitizen.org/en/content/rihanna-gpe-replenishment-conference-senegal/> ( Дата обращения: 07.05.2018)
2. Dallas K. Et Voila! How Global Citizens (Including Rihanna) Helped Get France to Commit $2M to Education. K. Dallas. URL: <https://www.globalcitizen.org/en/content/france-commits-2m-to-education-cannot-wait/> ( Дата обращения: 07.05.2018)
3. Dallas K. When It Cannot Wait, Bring Out Rihanna / K. Dallas URL: <https://www.globalcitizen.org/en/content/rihanna-education-cannot-wait/> ( Дата обращения: 07.05.2018)
4. Katy Perry teams up with UNICEF and visits children in Madagascar. URL: <https://www.unicef.org/media/media_68612.html> ( Дата обращения: 05.05.2018)
5. Lady Gaga banned from performing in Indonesia after Islamic objections. . URL: <https://www.standard.co.uk/showbiz/celebrity-news/lady-gaga-banned-from-performing-in-indonesia-after-islamic-objections-7754113.html> ( Дата обращения: 07.05.2018)
6. McDermott, M. Pink's powerful 'What About Us' video tells the story of a wounded America / McDermott, M. URL:<https://www.usatoday.com/story/life/entertainthis/2017/08/10/pink-asks-what-us-comeback-single-announces-new-album/555113001/> (Дата обращения: 20.05.2018)
7. Nitty Gritty Dirt Band brings rock to Soviets. URL: <https://news.google.com/newspapers?nid=1916&dat=19770913&id=bOcgAAAAIBAJ&sjid=MG4FAAAAIBAJ&pg=1224,2360867> (Дата обращения: 27.04.2018)
8. The Global Celebrity 100 2016. URL: <https://www.forbes.com/pictures/hgej45geh/1-taylor-swift-170-mi/#5393a5ff54f9> ( Дата обращения: 10.05.2018)
9. Антонова Е. Тейлор Свифт заставила Apple изменить политику сервиса Apple Music. / Е. Антонова. URL: <https://www.rbc.ru/business/22/06/2015/558869d69a794714ef6f8a92> ( Дата обращения: 10.05.2018)
10. Генпрокуратура: Леди Гага и Мадонна нарушили визовый режим России. URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=1112760> (Дата обращения: 20.05.2018)
11. Мудрик С. HALSEY Лучшая ночь. / С.Мудрик. URL: <http://www.zvuki.ru/R/P/77464/> (Дата обращения: 20.05.2018)
12. Петербургский флешмоб в честь нового альбома Леди Гаги заставил поп-диву плакать. URL: <https://www.spb.kp.ru/daily/26279/3156739/> (Дата обращения: 20.05.2018)
13. Фоторепортаж: петербургские фанаты обступили Джареда Лето на ДворцовойURL: <http://www.sobaka.ru/city/city/72225> (Дата обращения: 20.05.2018)
14. "Цифра" в цифрах: iTunes 2014 URL: <http://www.zvuki.ru/R/P/34561/> (Дата обращения: 10.04.2018)

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Диссертации**

1. Рыбакова М.Г. Массовая культура и ее влияние на политический имидж государства (на примере США). дисс. ... кандидата политич. наук: 23.00.04. - Санкт-Петербург, 2006. -183 c.
2. Цветкова Н.А.. Публичная дипломатия как инструмент идеологической и политической экспансии США в мире, 1914–2014 гг. дисс. ... доктора истор. наук: 07.00.15.- Санкт-Петербург, 2015. -552 c.

**Научные монографии:**

1. Music and International History in the Twentieth Century / Jessica C. E. Gienow-Hecht Call [ et.al.].- New York, Oxford, 2015. -278 зp.
2. Бергер, П.Л. Культурная дипломатия глобализация / П.Л. Бергер // Многоликая глобализация / под ред. П.Бергера, С.Хантингтона,- М.: Аспект Пресс, 2004. - 397 с.
3. Галумов Э.А «Международный имидж России:стратегия формирования. М.: Известия. 2003. - 450 c.
4. Най С. Джозеф, младший. Будущее власти/ Най С. Джозеф, младший. - М. : АСТ, 2014. -448 c.
5. Ритцер, Дж. Макдонализация общества / Ритцер, Дж -М.: Издательская и консалтинговая группа “Праксис”,2011.-592 c.
6. Сыров, В.Н. Массовая культура: мифы и реальность./ Сыров, В.Н.- М.: Водолей, 2010. - 326 c.
7. Филимонов, Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. / Г.Ю. Филимонов - М.: РУДН. 2010. - 212 c.

**Научные исследования, опубликованные в периодических изданиях**

1. Achterberg P., Heilbron J., Houtman D., Aupers S. A Cultural Globalization of Popular Music? American, Dutch, French, and German Popular Music Charts (1965 to 2006) / P.Achterberg, J.Heilbron, D.Houtman, S.Aupers // American Behavioral Scientist. - 2011. V.55. Issue 5. -P.589–608
2. Franke U.,Schulz K. “They Don’t Really Care About Us!” On Political Worldviews in Popular Music” / U.Franke, K. Schulz // International Studies Perspectives.-2012. P.39-55
3. Fosler-Lussier D. Music Pushed, Music Pulled: Cultural Diplomacy, Globalization, and Imperialism // Diplomatic History. Vol. 36, No 1, 2012. P. 53–64.
4. Ritzer, G., Ryan, M. The Globalization of Nothing / G. Ritzer, M. Ryan // Social Thought & Research. Vol. 25, № 1/2, Postmodernism, Globalization, and Politics. -2002. -P.51-81
5. McKinnon Colin A. Louder Than Hell: Power, Volume and the Brain 2. URL: <https://www.researchgate.net/publication/242100481_Louder_Than_Hell_Power_Volume_and_the_Brain> (Дата обращения: 27.04.2018)
6. Pieslak J.R. Sound Targets: Music and the War in Iraq / J. R. Pieslak // Journal of Musicological Research.-2007. № 26. -P. 123-149
7. Nye S. Joseph , Jr. Public Diplomacy and Soft Power / Joseph S. Nye, Jr. // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. - 2008. Vol. 616. - -P. 94-109
8. Street, J. Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation/ J.Street. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1467-856X.2004.00149.x> (Дата обращения: 27.04.2018)
9. Press-Barnathan,G./ Thinking about the Role of Popular Culture in International Conflicts// G.Press-Barnathan/ International Studies Review. -2016. Volume 19, Issue 2/. -P. 1-19.
10. Richey L.A.,Budabin A. Celebrities in International Affairs / L.A.Richey, A. Budabin. URL: <https://www.researchgate.net/publication/301298730_Celebrities_in_International_Affairs> ( Дата обращения: 05.05.2018)
11. Rowley, C., Weldes, J. From Soft Power and Popular Culture to Popular Culture and World Politics / Rowley, C., Weldes, J. URL: <https://www.bristol.ac.uk/media-library/sites/spais/documents/Working%20Paper%2003_16_CR_JW.pdf> ( дата обращения: 24.03.2017) - 39 с.
12. Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J. U.S. Image Suffers as Publics Around World Question Trump’s Leadership/ Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J.URL: <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/06/25100416/PG_2017.06.26_US-Image-Report_Full-Report.pdf> (Дата обращения: 24.03.2017) - 109 p.
13. Авдокушин Е.Ф. Глокализация как объективный процесс и корпоративная стратегия / Е. Ф. Авдокушин // Вопросы новой экономики. - 2010. №2. -С. 4-17
14. А.М. Юдина «Джазовая дипломатия» США в 1950–1960-е гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны. - С.95-105
15. Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. “Выработка определения внешней культурной политики в современном научном дискурсе.” / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева// : Грамота, 2012. № 4 (18): в 2-х ч. Ч. I. - С. 25-27
16. Гринь М. В. Социокультурное измерение глобализации: американизация и общество потребления // Власть. 2015. № 6. С. 111-115
17. Карпова О.С. Глобализация культуры и проблема культурного империализма на примере американизации / О.С. Карпова // Научные труды Северо-Западного Института Управления.- С. 282-289
18. Костина А.В. Массовая культура: аспекты понимания / А.В. Костина //Знание. Понимание. Умение. -2006.№ 1.- С. 28-35
19. Костина А.В.Популярная культура / А.В. Костина //Знание. Понимание. Умение. - 2005. №3.- С. 213-218
20. Кожевников Н.Н., Пашкевич Н.Л. Глокализация:концепции, характерные черты, практические аспекты / Н.Н Кожевников, Н.Л. Пашкевия // Вестник ЯГУ. Т. 2. - 2005. № 3. -С.111-115
21. Михельсон О.К. Популярная культура: к вопросу о термине / О.К. Михельсон // Новая наука: проблемы и перспективы. - 2016. № 121-3. - С. 280-287
22. Россошанский А.В. Глобализация и глокализация: соотнесение понятий / А.В. Россошанский // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология.- 2012. Выпуск 3. Т.12.- С.90-94
23. Щербакова А.И. Музыка в жизни и жизнь в музыке: феномен музыкального искусства как объект культурологического анализа. / А.И.Щербакова // Ученые записки Российского государственного социального университета.-2013. Т1. №2. - С.53 - 56

# **Приложение**

 Содержание интернет опроса, проведённого среди поклонников.

1.Перечислите американских исполнителей, американские группы , которых Вы чаще всего слушаете. (если Вы их не слушаете поставьте -) [развёрнутый ответ]

2.Среди перечисленных Вами исполнителей укажите, кто является Вашим кумиром? (если таковых нет, поставьте - ) [развёрнутый ответ]

3.Являются ли они для Вас примером для подражания? Если да, то в каких областях? (например: стиль одежды, образ, поведение, интерес к здоровому питанию или к чему-то иному) [развёрнутый ответ]

4. Подписаны ли Вы на их официальные аккаунты в социальных сетях? [да/нет]

5. Подписаны ли Вы на фан-сообщества в социальных сетях, посвящённые им? [да/нет]

6.Процитируйте первую пришедшую Вам в голову /любимую строчку из любой песни американского исполнителя/ американской группы (можно несколько) [развёрнутый ответ]

7. Вслушиваетесь ли Вы в слова песен, знакомитесь с текстами или их переводом?

[Да, в большинстве случаев/Иногда (зависит от песни)/Редко/Никогда (просто слушаю песни)]

8. Осведомлены ли Вы об общественной деятельности исполнителей, которых Вы слушаете? [да/нет]

9 Оказывает ли влияние их общественная деятельность на Ваше мировосприятие? [да/нет]

10. Если вы ответили положительно на предыдущий вопрос, опишите, как творчество и/или деятельность музыкантов повлияли на вас ( Вы можете написать тут всё что угодно: от моральной помощи в сложных ситуациях до принятия идей феминизма, равенства). Укажите пожалуйста артиста(ов)/группу [развёрнутый ответ]

11. Ваш возраст.

12. Ваш пол.

13. Ваш город.

14. Согласны ли Вы на анонимное цитирование ваших слов? [да/нет]

15. Если вы согласны дать интервью и более подробно рассказать о том, как Ваши кумиры повлияли на Вас, оставьте email или ссылку на ваш профиль в VK

16. Ваше отношение к США (в целом) [положительное/нейтральное/негативное]

17. Были ли в США? [да/нет]

18 Хотели бы посетить? ( если были, то ещё раз?) [да/нет]

19. Откуда / от кого Вы узнали об этом опросе (если это паблик, скиньте, пожалуйста, ссылку- прошу отправить ссылку, т.к опрос отправляется в разные сообщества)

1. Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. “Выработка определения внешней культурной политики в современном научном дискурсе.” / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева// : Грамота, 2012. № 4 (18): в 2-х ч. Ч. I. - С. 25 [↑](#footnote-ref-0)
2. Nye S. Joseph , Jr. Public Diplomacy and Soft Power / Joseph S. Nye, Jr. // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. - 2008. Vol. 616. - С.95 [↑](#footnote-ref-1)
3. Цветкова Н.А.. Публичная дипломатия как инструмент идеологической и политической экспансии США в мире, 1914–2014 гг. дисс. ... доктора истор. наук: 07.00.15.- Санкт-Петербург, 2015. - С.26 [↑](#footnote-ref-2)
4. Михельсон О.К. Популярная культура: к вопросу о термине / О.К. Михельсон // Новая наука: проблемы и перспективы. - 2016. № 121-3. [↑](#footnote-ref-3)
5. Костина А.В. Массовая культура: аспекты понимания / А.В. Костина //Знание. Понимание. Умение. -2006.№ 1. [↑](#footnote-ref-4)
6. Костина А.В.Популярная культура / А.В. Костина //Знание. Понимание. Умение. - 2005. №3. [↑](#footnote-ref-5)
7. Сыров, В.Н. Массовая культура: мифы и реальность./ Сыров, В.Н.- М.: Водолей, 2010 [↑](#footnote-ref-6)
8. Nye S. Joseph , Jr. Public Diplomacy and Soft Power / Joseph S. Nye, Jr. // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. - 2008. Vol. 616. [↑](#footnote-ref-7)
9. Най С. Джозеф, младший. Будущее власти/ Най С. Джозеф, младший. - М. : АСТ, 2014 [↑](#footnote-ref-8)
10. Rowley, C., Weldes, J. From Soft Power and Popular Culture to Popular Culture and World Politics / Rowley, C., Weldes, J. URL: <https://www.bristol.ac.uk/media-library/sites/spais/documents/Working%20Paper%2003_16_CR_JW.pdf> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-9)
11. Филимонов, Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. / Филимонов, Г.Ю - М.: РУДН. 2010 [↑](#footnote-ref-10)
12. Press-Barnathan,G./ Thinking about the Role of Popular Culture in International Conflicts// G.Press-Barnathan/ International Studies Review (2016) 0, 1–19 [↑](#footnote-ref-11)
13. Achterberg P., Heilbron J., Houtman D., Aupers S. A Cultural Globalization of Popular Music? American, Dutch, French, and German Popular Music Charts (1965 to 2006) / P.Achterberg, J.Heilbron, D.Houtman, S.Aupers // American Behavioral Scientist. - 2011. V.55. Issue 5, pp. 589–608 [↑](#footnote-ref-12)
14. Franke U.,Schulz K. “They Don’t Really Care About Us!” On Political Worldviews in Popular Music” / U.Franke, K. Schulz // International Studies Perspectives.-2012. P.39-55 [↑](#footnote-ref-13)
15. Pieslak J.R. Sound Targets: Music and the War in Iraq / J. R. Pieslak // Journal of Musicological Research.-2007. № 26. pp. 123–149 [↑](#footnote-ref-14)
16. Интернет-издание lenta.ru URL:<https://lenta.ru/> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-15)
17. Информационное агенство InterMedia URL: <http://www.intermedia.ru/> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-16)
18. Euro Hit Top 40. URL: <http://eurohittop40.ru/> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-17)
19. Муз-тв. URL:<http://muz-tv.ru/charts/results/> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-18)
20. Проект TopHit.ru URL: <https://tophit.ru/ru> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-19)
21. Разумный, Е. У «Яндекс.Музыки» 250 000 платных подписчиков / Разумный, Е. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2017/01/19/673748-yandeksmuziki-podpischikov> (дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-20)
22. Итоговые Еврохит Топ 40 2017 URL: <http://eurohittop40.ru/5167-2017.html> (дата обращения 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-21)
23. Михельсон О.К. Популярная культура: к вопросу о термине / О.К. Михельсон // Новая наука: проблемы и перспективы. - 2016. № 121-3. - С. 280 [↑](#footnote-ref-22)
24. Там же. -С. 281 [↑](#footnote-ref-23)
25. В.Н. Сыров считает, что одновременно с Максом Хокхаймером (представителем Франкфуртской школы, одним из первых термин использовал ещё американский учёный Дональд Макдональд [↑](#footnote-ref-24)
26. Костина А.В.Популярная культура / А.В. Костина //Знание. Понимание. Умение. - 2005. №3.- С. 214 [↑](#footnote-ref-25)
27. Там же. С. 213 [↑](#footnote-ref-26)
28. Михельсон О.К. Популярная культура: к вопросу о термине / О.К. Михельсон // Новая наука: проблемы и перспективы. - 2016. № 121-3. - с. 284 [↑](#footnote-ref-27)
29. Там же. с 284 [↑](#footnote-ref-28)
30. Костина А.В. Массовая культура: аспекты понимания / А.В. Костина //Знание. Понимание. Умение. -2006.№ 1.- С. 34 [↑](#footnote-ref-29)
31. Там же. С. 29 [↑](#footnote-ref-30)
32. Nye S. Joseph , Jr. Public Diplomacy and Soft Power / Joseph S. Nye, Jr. // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. - 2008. Vol. 616. - С. 94 [↑](#footnote-ref-31)
33. Най С. Джозеф, младший. Будущее власти/ Най С. Джозеф, младший. - М. : АСТ, 2014, с. 151 [↑](#footnote-ref-32)
34. Там же. с.152-153 [↑](#footnote-ref-33)
35. Цветкова Н.А.. Публичная дипломатия как инструмент идеологической и политической экспансии США в мире, 1914–2014 гг. дисс. ... доктора истор. наук: 07.00.15.- Санкт-Петербург, 2015. - С.50. [↑](#footnote-ref-34)
36. Rowley, C., Weldes, J. From Soft Power and Popular Culture to Popular Culture and World Politics / Rowley, C., Weldes, J. URL: <https://www.bristol.ac.uk/media-library/sites/spais/documents/Working%20Paper%2003_16_CR_JW.pdf> ( дата обращения: 24.03.2017) [↑](#footnote-ref-35)
37. Филимонов, Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. / Филимонов, Г.Ю - М.: РУДН. 2010, с. 29 [↑](#footnote-ref-36)
38. Сыров, В.Н. Массовая культура: мифы и реальность./ Сыров, В.Н.- М.: Водолей, 2010, с. 47 [↑](#footnote-ref-37)
39. Филимонов, Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. / Филимонов, Г.Ю - М.: РУДН. 2010, с. 10 [↑](#footnote-ref-38)
40. Гринь М. В. Социокультурное измерение глобализации: американизация и общество потребления // Власть. 2015. № 6. С. 111 [↑](#footnote-ref-39)
41. Карпова О.С. Глобализация культуры и проблема культурного империализма на примере американизации / О.С. Карпова // Научные труды Северо-Западного Института Управления С. 287 [↑](#footnote-ref-40)
42. Бергер, П.Л. Культурная дипломатия глобализация / П.Л. Бергер // Многоликая глобализация / под ред. П.Бергера, С.Хантингтона,- М.: Аспект Пресс, 2004. - С.9 [↑](#footnote-ref-41)
43. Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J. U.S. Image Suffers as Publics Around World Question Trump’s Leadership/ Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J.- C.26 URL: <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/06/25100416/PG_2017.06.26_US-Image-Report_Full-Report.pdf> (Дата обращения 24.03.2017) [↑](#footnote-ref-42)
44. Россошанский А.В. Глобализация и глокализация: соотнесение понятий / А.В. Россошанский // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология.- 2012. Выпуск 3. Т.12- С.92 [↑](#footnote-ref-43)
45. Авдокушин Е.Ф. Глокализация как объективный процесс и корпоративная стратегия / Е. Ф. Авдокушин // Вопросы новой экономики. - 2010. №2. -С. 6 [↑](#footnote-ref-44)
46. Ритцер, Дж. Макдонализация общества / Ритцер, Дж -М.: Издательская и консалтинговая группа “Праксис”,2011, с. 407 [↑](#footnote-ref-45)
47. Кожевников Н.Н., Пашкевич Н.Л. Глокализация:концепции, характерные черты, практические аспекты / Н.Н Кожевников, Н.Л. Пашкевия // Вестник ЯГУ. Т. 2. - 2005. № 3. С.112 [↑](#footnote-ref-46)
48. Ritzer, G., Ryan, M. The Globalization of Nothing / G. Ritzer, M. Ryan // Social Thought & Research. Vol. 25, № 1/2, Postmodernism, Globalization, and Politics. -2002. -С. 192 [↑](#footnote-ref-47)
49. Ритцер, Дж. Макдонализация общества / Ритцер, Дж -М.: Издательская и консалтинговая группа “Праксис”,2011, с.409 [↑](#footnote-ref-48)
50. Э.А Галумов выделяет: условно-статичные факторы,корректируемые условно-динамичные социологические факторы, Корректируемые условно-динамичные институциональные факторы. Э.А Галумов «Международный имидж России:стратегия формирования. М.: Известия. 2003. С.200-202 [↑](#footnote-ref-49)
51. Рыбакова М.Г. Массовая культура и ее влияние на политический имидж государства (на примере США). дисс. ... кандидата политич. наук: 23.00.04. - Санкт-Петербург, 2006. - 79 с. [↑](#footnote-ref-50)
52. Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J. U.S. Image Suffers as Publics Around World Question Trump’s Leadership/ Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., Fetterolf, J.- C.26 URL: <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/06/25100416/PG_2017.06.26_US-Image-Report_Full-Report.pdf> (Дата обращения: 24.03.2017) [↑](#footnote-ref-51)
53. Press-Barnathan,G./ Thinking about the Role of Popular Culture in International Conflicts// G.Press-Barnathan/ International Studies Review. -2016. Volume 19, Issue 2 [↑](#footnote-ref-52)
54. Street, J. Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation/ J.Street. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1467-856X.2004.00149.x> (Дата обращения: 27.04.2018) [↑](#footnote-ref-53)
55. Щербакова А.И. Музыка в жизни и жизнь в музыке: феномен музыкального искусства как объект культурологического анализа. / А.И.Щербакова // Ученые записки Российского государственного социального университета.-2013. Т1. №2. - С. 54 [↑](#footnote-ref-54)
56. Music and International History in the Twentieth Century / Jessica C. E. Gienow-Hecht Call [ et.al.].- New York, Oxford, 2015. -P. 2 [↑](#footnote-ref-55)
57. А.М. Юдина «Джазовая дипломатия» США в 1950–1960-е гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны [↑](#footnote-ref-56)
58. Fosler-Lussier D. Music Pushed, Music Pulled: Cultural Diplomacy, Globalization, and Imperialism // Diplomatic History. Vol. 36, No 1, 2012. P. 53–64. [↑](#footnote-ref-57)
59. Nitty Gritty Dirt Band brings rock to Soviets. URL: <https://news.google.com/newspapers?nid=1916&dat=19770913&id=bOcgAAAAIBAJ&sjid=MG4FAAAAIBAJ&pg=1224,2360867> (Дата обращения: 27.04.2018) [↑](#footnote-ref-58)
60. Филимонов, Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. / Г.Ю. Филимонов - М.: РУДН. 2010, с. 149 [↑](#footnote-ref-59)
61. Franke U.,Schulz K. “They Don’t Really Care About Us!” On Political Worldviews in Popular Music” / U.Franke, K. Schulz // International Studies Perspectives.-2012. P.39-55 [↑](#footnote-ref-60)
62. Achterberg P., Heilbron J., Houtman D., Aupers S. A Cultural Globalization of Popular Music? American, Dutch, French, and German Popular Music Charts (1965 to 2006) / P.Achterberg, J.Heilbron, D.Houtman, S.Aupers // American Behavioral Scientist. - 2011. V.55. Issue 5, pp. 589–608 [↑](#footnote-ref-61)
63. Pieslak J.R. Sound Targets: Music and the War in Iraq / J. R. Pieslak // Journal of Musicological Research.-2007. № 26. pp. 123–149 [↑](#footnote-ref-62)
64. Pieslak J.R. Sound Targets: Music and the War in Iraq / J. R. Pieslak // Journal of Musicological Research.-2007. № 26. pp125-133 [↑](#footnote-ref-63)
65. McKinnon Colin A. Louder Than Hell: Power, Volume and the Brain 2. URL: <https://www.researchgate.net/publication/242100481_Louder_Than_Hell_Power_Volume_and_the_Brain> (Дата обращения: 27.04.2018) [↑](#footnote-ref-64)
66. Pieslak J.R. Sound Targets: Music and the War in Iraq / J. R. Pieslak // Journal of Musicological Research.-2007. № 26. -P. 139 [↑](#footnote-ref-65)
67. песни исполненные артистами, группами, которые появились в РСФСР/России, исполненные на любом языке. Песни с участием российских исполнителей, русскоязычные песни артистов из стран СНГ были отнесены в категорию остальные. [↑](#footnote-ref-66)
68. Топ-10 самых популярных радиостанций. URL:<https://www.kommersant.ru/doc/2421754> (Дата обращения 03.04.2018) [↑](#footnote-ref-67)
69. Результаты исследований аудитории СМИ. Радио. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/radio/radio-index/information/ratings/?arrFilter_pf%5BCITY%5D=5096&arrFilter_pf%5BDATE%5D=%D0%98%D1%8E%D0%BB%D1%8C+-+%D0%94%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%B1%D1%80%D1%8C+2017&captcha_code=0735e37f8f84fc6af8c7f4d5908396e5&captcha_word=SNPNZ&set_filter=Y> (Дата обращения 03.04.2018) [↑](#footnote-ref-68)
70. “Европа Плюс”: 10 лет на страже формата. URL: <http://www.mk.ru/editions/daily/article/2000/05/12/124584-evropa-plyus-10-let-na-strazhe-formata.html> (Дата обращения 03.04.2018) [↑](#footnote-ref-69)
71. Там же [↑](#footnote-ref-70)
72. О проекте TOPHIT.RU. URL: <https://www.tophit.ru/ru/tophit> (дата обращения 05.04.2018) [↑](#footnote-ref-71)
73. Стулов М. Apple вошла в первую тройку по продажам смартфонов в России/ М.Стулов. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2014/01/20/apple-voshla-v-pervuyu-trojku-po-prodazham-smartfonov-v> (дата обращния 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-72)
74. Смартфоны:рынок России. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Смартфоны\_(рынок\_России)](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F%3A%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%84%D0%BE%D0%BD%D1%8B_%28%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8%29) (дата обращния 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-73)
75. «Билайн» составил портрет среднестатистического пользователя iPhonе в России. URL: <https://news.rambler.ru/internet/37889894/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink> (дата обращения 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-74)
76. Рожкова, Ж. Google vs Яндекс: исследование бизнес-потенциала поисковиков/ Рожкова, Ж. URL: <https://www.seonews.ru/events/google-vs-yandeks-issledovanie-biznes-potentsiala-poiskovikov/> [↑](#footnote-ref-75)
77. Аудитория ВКонтакте. URL: <https://vk.com/page-47200925_44240810> (дата обращенния 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-76)
78. Например: Lana Del Rey — Ванна без дверей, Imagine Dragons — Змеи-Горынычи, Beyoncé – Баюшка и т.д [↑](#footnote-ref-77)
79. Хиты 2014 года. URL: <http://zaycev.net/musicset/2014hits.shtml> (Дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-78)
80. "Цифра" в цифрах: iTunes 2014 URL: <http://www.zvuki.ru/R/P/34561/> (Дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-79)
81. В 27 выпусках отображались не все песни, занимавшие 1/2/3 место по мнению зрителей. Автор предполагает, что эти песни не вошли в рамки топ-20 чартов сформированных каналов. Отображались только 32 “песни” [↑](#footnote-ref-80)
82. Итоги-2017: 30 самых популярных песен во «ВКонтакте», среди которых нет неожиданностей. URL: <https://tjournal.ru/64212-itogi-2017-30-samyh-populyarnyh-pesen-vo-vkontakte-sredi-kotoryh-net-neozhidannostey> (Дата обращения 03.05.2018) [↑](#footnote-ref-81)
83. В ходе исследования автор относил к российским исполнителям и группам только тех, кто имеет российское происхождение. [↑](#footnote-ref-82)
84. Эд Ширан стал самым популярным исполнителем года у пользователей Яндекс.Музыки. URL:

<http://www.interfax.ru/culture/590586> (Дата обращения 03.05.2018) [↑](#footnote-ref-83)
85. Березина Н. Крутой предложил ограничить количество иностранной музыки на радио / Н.Березина // URL: <https://www.rbc.ru/technology_and_media/05/07/2016/577b850e9a79476c323d2b0b> ( дата обращения 1.05.2018) [↑](#footnote-ref-84)
86. Lady Gaga's 'Perfect Illusion' Tops iTunes In Over 60 Countries. URL: <http://gagadaily.com/story/news/lady-gaga-perfect-illusion-itunes/> (Дата обращения 03.05.2018) [↑](#footnote-ref-85)
87. The Taylor Swift Experience. URL: <https://www.grammymuseum.org/exhibits/taylor-swift> (Дата обращения 03.04.2018) [↑](#footnote-ref-86)
88. Чарты, рейтинги, хит-парады URL: <http://www.intermedia.ru/news/317195> (Дата обращения 03.05.2018) [↑](#footnote-ref-87)
89. (официальной информации о соотношение зарубежных и отечественных песен в эфире в открытом доступе нет) [↑](#footnote-ref-88)
90. фестиваль создан международной организацией Global Poverty Project, которая стремится преодолеть к 2013 крайнюю бедность [↑](#footnote-ref-89)
91. Richey L.A.,Budabin A. Celebrities in International Affairs / L.A.Richey, A. Budabin. URL: <https://www.researchgate.net/publication/301298730_Celebrities_in_International_Affairs> ( Дата обращения: 05.05.2018) [↑](#footnote-ref-90)
92. Там же. [↑](#footnote-ref-91)
93. Там же. [↑](#footnote-ref-92)
94. Katy Perry teams up with UNICEF and visits children in Madagascar. URL: <https://www.unicef.org/media/media_68612.html> ( Дата обращения: 05.05.2018) [↑](#footnote-ref-93)
95. Там же. [↑](#footnote-ref-94)
96. Katy Perry Talks Inspiration Behind "Unconditionally" | UNICEF. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=D_W8vFeTSZ0> ( Дата обращения: 05.05.2018) [↑](#footnote-ref-95)
97. Katy Perry is UNICEF’s newest Goodwill Ambassador. URL:

<https://www.unicef.org/media/media_71241.html> ( Дата обращения: 05.05.2018) [↑](#footnote-ref-96)
98. Посол доброй воли ЮНИСЕФ Кэти Перри вышла в эфир с прогнозом погоды. URL: <https://news.un.org/ru/story/2015/12/1276521> ( Дата обращения: 05.05.2018) [↑](#footnote-ref-97)
99. Inside Rihanna's Trip to Malawi for Education. URL:

 <https://www.youtube.com/watch?v=VqmFKnHG5q8> ( Дата обращения: 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-98)
100. Dallas K. When It Cannot Wait, Bring Out Rihanna / K. Dallas URL:

 <https://www.globalcitizen.org/en/content/rihanna-education-cannot-wait/> ( Дата обращения: 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-99)
101. Dallas K. Et Voila! How Global Citizens (Including Rihanna) Helped Get France to Commit $2M to Education. K. Dallas. URL: <https://www.globalcitizen.org/en/content/france-commits-2m-to-education-cannot-wait/> ( Дата обращения: 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-100)
102. Dallas K., Rueckert P. Global Citizens and Rihanna Just Helped Secure $2.3BN For Education K.Dallas,P. Rueckert. URL: <https://www.globalcitizen.org/en/content/rihanna-gpe-replenishment-conference-senegal/> ( Дата обращения: 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-101)
103. Demi Lovato's Trip to Kenya. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=w0Kkge_EaZA> ( Дата обращения: 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-102)
104. Lady Gaga banned from performing in Indonesia after Islamic objections. . URL: <https://www.standard.co.uk/showbiz/celebrity-news/lady-gaga-banned-from-performing-in-indonesia-after-islamic-objections-7754113.html> ( Дата обращения: 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-103)
105. ﻿Rihanna. URL: <http://eurohittop40.ru/singer/918.html> ( Дата обращения: 10.05.2018) [↑](#footnote-ref-104)
106. Top artists. Digital singles. URL: <https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=top_tallies&ttt=TAS#search_section> ( Дата обращения: 10.05.2018) [↑](#footnote-ref-105)
107. The Global Celebrity 100 2016. URL: <https://www.forbes.com/pictures/hgej45geh/1-taylor-swift-170-mi/#5393a5ff54f9> ( Дата обращения: 10.05.2018) [↑](#footnote-ref-106)
108. Taylor Swift named IFPI Global Recording Artist of 2014. URL:<http://www.ifpi.org/news/Taylor-Swift-named-IFPI-global-recording-artists-of-2014> ( Дата обращения: 10.05.2018) [↑](#footnote-ref-107)
109. Антонова Е. Тейлор Свифт заставила Apple изменить политику сервиса Apple Music. / Е. Антонова. URL: <https://www.rbc.ru/business/22/06/2015/558869d69a794714ef6f8a92> ( Дата обращения: 10.05.2018) [↑](#footnote-ref-108)
110. Фан сообщество Вконакте: Ariana Grande.URL: <https://vk.com/arianagrandeonline> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-109)
111. Фан сообщество Вконакте о Тейлор Свифт: URL: <https://vk.com/taylorswift> 61 612 подписчиков на 17.05.18 (Дата обращения: 17.05.2018) [↑](#footnote-ref-110)
112. Юлия Михаилова. URL: <https://vk.com/id52209048> (Дата обращения: 17.05.2018) [↑](#footnote-ref-111)
113. Фан сообщество Вконакте: URL:<https://vk.com/ddlovatoworld> 67 053 подписчиков на 17.05.18 (Дата обращения: 17.05.2018) [↑](#footnote-ref-112)
114. Анастасия Сиверцева. URL: <https://vk.com/nastasya_sivertseva> (Дата обращения: 17.05.2018) [↑](#footnote-ref-113)
115. Фан сообщество Вконакте о Майли Сайрус: URL:<https://vk.com/mileycyrus> 143 339 подписчиков на 17.05.18)*.* (Дата обращения: 17.05.2018) [↑](#footnote-ref-114)
116. Петербургский флешмоб в честь нового альбома Леди Гаги заставил поп-диву плакать. URL: <https://www.spb.kp.ru/daily/26279/3156739/> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-115)
117. Фоторепортаж: петербургские фанаты обступили Джареда Лето на ДворцовойURL: <http://www.sobaka.ru/city/city/72225> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-116)
118. Публикация в фан сообществе Imagine Dragons. URL: <https://vk.com/dragonsrussia?w=wall-13443920_54041> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-117)
119. Даниил Скрипник URL:<https://vk.com/danilskr> (Дата обращения: 23.05.2018) [↑](#footnote-ref-118)
120. Rihanna. Diamonds. URL <https://genius.com/Rihanna-diamonds-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-119)
121. Demi Lovato. Tell me you love me. URL: <https://genius.com/Demi-lovato-tell-me-you-love-me-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-120)
122. Selena Gomez. Who says. URL: <https://genius.com/Selena-gomez-and-the-scene-who-says-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-121)
123. Miley Cyrus. We can’t stop. URL: <https://genius.com/Miley-cyrus-we-cant-stop-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-122)
124. Miley Cyrus. Younger now. URL: <https://genius.com/Miley-cyrus-younger-now-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-123)
125. Fall out boy. Centuries. URL: <https://genius.com/Fall-out-boy-centuries-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-124)
126. Fall Out Boy чествуют Чикаго в новом видео «Centuries». URL: <http://muzgazeta.com/rock/201435613/fall-out-boy-chestvuyut-chikago-v-novom-video-centuries.html> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-125)
127. Imagine dragons. Whatever it takes. URL: <https://genius.com/Imagine-dragons-whatever-it-takes-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-126)
128. Demi Lovato. Skyscraper. URL:<https://genius.com/Demi-lovato-skyscraper-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-127)
129. Mahaney E.Demi Lovato Gets Real: “This Will Get Me in Trouble, But…” / E.Mahaney. URL: <https://www.glamour.com/story/demi-lovato-gets-real-glamour-november-2016> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-128)
130. Oppenheim M. Demi Lovato criticises Taylor Swift over $250,000 donation to Kesha./ M.Oppenheim URL: <https://www.independent.co.uk/news/people/taylor-swift-instagram-demi-lovato-kesha-dr-luke-a6888976.html> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-129)
131. Cooper D. Cover Story: Lana Del Rey Is Anyone She Wants to Be / D. Cooper. URL: <http://www.thefader.com/2014/06/04/cover-story-lana-del-rey-is-anyone-she-wants-to-be> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-130)
132. Swift J. IN THE STUDIO WE SPOKE POLITICS' Lana Del Rey says Donald Trump helped shape her album Lust for Life — and the world needs feminism more than ever / J,. Swift.URL: <https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/4116134/lana-del-rey-new-album-donald-trump-politics/> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-131)
133. Lady Gaga. Born this way. URL: <https://genius.com/Lady-gaga-born-this-way-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-132)
134. Шансон года Что слушали россияне в 2011 году. URL: <https://lenta.ru/articles/2012/03/09/chart/> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-133)
135. Леди Гага в Санкт-Петербурге: Я здесь не для того, чтобы оскорбить чью-то религию. URL:<https://regnum.ru/news/1602548.html> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-134)
136. Леди Гага пообещала бороться за права россиян на концерте в Москве. URL: <https://ria.ru/culture/20121213/914565695.html> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-135)
137. Генпрокуратура: Леди Гага и Мадонна нарушили визовый режим России. URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=1112760> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-136)
138. Macklemore & Ryan Lewis. Same Love. URL:<https://genius.com/Macklemore-and-ryan-lewis-same-love-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-137)
139. Macklemore & Ryan Lewis - Same Love (+ Ben's speech) - Lastochka Fest - Moscow - 09.07.16.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Zy0nhQc-FVc> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-138)
140. Мудрик С. HALSEY Лучшая ночь. / С.Мудрик. URL: <http://www.zvuki.ru/R/P/77464/> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-139)
141. До концерта [Холзи](https://vk.com/halseyofficial) в Москве произошел инцидент: … URL: <https://vk.com/wall-40759514_2252484?&offset=20> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-140)
142. Jocelyn V. Go Behind Katy Perry's 'Raw And Emotional' Prism Writing Sessions / V.JocelynURL: <http://www.mtv.com/news/1716064/katy-perry-bonnie-mckee-prism/> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-141)
143. Katy Perry. Roar. URL: <https://genius.com/Katy-perry-roar-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-142)
144. Jennifer Lopez, Ain’t Your Mama. URL: <https://genius.com/Jennifer-lopez-aint-your-mama-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-143)
145. Jennifer Lopez .Ain’t Your Mama <https://www.youtube.com/watch?v=Pgmx7z49OEk> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-144)
146. Christina Aguilera feat. Demi Lovato. Fall in line. URL: <https://genius.com/Christina-aguilera-fall-in-line-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-145)
147. Eminem feat. Kehlani - Nowhere Fast (Extended Version) URL: <https://genius.com/Eminem-nowhere-fast-extended-version-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-146)
148. Kendrick Lamar xxx. URL: <https://genius.com/Kendrick-lamar-xxx-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-147)
149. Beyoncé - Formation URL: <https://genius.com/Beyonce-formation-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-148)
150. P!nk - What About Us <https://genius.com/P-nk-what-about-us-lyrics> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-149)
151. P!nk - What About Us (Official Video). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ClU3fctbGls> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-150)
152. McDermott, M. Pink's powerful 'What About Us' video tells the story of a wounded America / McDermott, M. URL:<https://www.usatoday.com/story/life/entertainthis/2017/08/10/pink-asks-what-us-comeback-single-announces-new-album/555113001/> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-151)
153. P!nk - What About Us (Official Video). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ClU3fctbGls> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-152)
154. McDermott, M. Pink's powerful 'What About Us' video tells the story of a wounded America / McDermott, M. URL:<https://www.usatoday.com/story/life/entertainthis/2017/08/10/pink-asks-what-us-comeback-single-announces-new-album/555113001/> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-153)
155. Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 г. № 683. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/40391> (Дата обращения: 20.05.2018) [↑](#footnote-ref-154)