

УДК 94(73):007

К. О. Данилішина, методист

ОНУ ім. І. І. Мечникова, Інститут соціальних наук

Французький б-р, 24/26, к. 39, м. Одеса, 65058, Україна

Тел.: (0482)68-54-61

ІСТОРИЧНЕ КОРИННЯ АМЕРИКАНІЗАЦІЇ СВІТОВОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Стаття досліджує історичні витoki американізації світового інформаційного простору у зв'язку з доктринами зовнішньої політики США того часу та у контексті формування американського суспільства. Зроблена спроба довести зв'язок процесу американізації з пропагандою американського способу життя за межами США. Також розглядаються засоби впливу на інші країни світу в перший період виходу цієї держави на лідируюче положення в системі міжнародних відносин.

Ключові слова: світовий інформаційний простір, американізація, пропаганда, культурний імперіалізм.

Дослідження проблеми глобалізації світового інформаційного простору обумовлене прискореною еволюцією цивілізаційних процесів останнього часу, формуванням ідеології інформаційного суспільства, які вирішальним чином впливають на міжнародне середовище, радикально змінюють міжнародну політику та національні зовнішньо- і внутрішньополітичні доктрини. Інформаційна домінанта посилює ефект глобальної політики і визначає значущість країн в світовій ієрархії. Наразі у світі склалась значна нерівність у сфері міжнародного інформаційного обміну. На цей день мова йде не просто про нерівні можливості у сфері обміну інформацією, а про утвердження єдиного центру з потужною технічною базою, широкою мережею інформаційних агентств, що дозволяє збирати, фільтрувати, розповсюджувати інформацію відповідно до власних інтересів, а в кінцевому рахунку контролювати культурне, духовне життя на планеті. Таким центром на сьогодні стали США. Але історичні коріння американізації світового інформаційного простору лежать, на наш погляд, глибше, ніж починається масивне проникнення США на європейський континент після Другої світової війни та пов'язані, в першу чергу, з процесом американізації самого способу життя за межами Сполучених Штатів Америки та прагненням останніх набути лідируючого статусу в світі. Довести це є метою даного дослідження.

Проблема американізації світового життя досить ретельно вивчалась у добу "холодної війни" як радянськими, так і зарубіжними вченими. Серед них С. Беглов, Ю. Кашлев, В. Кукаркін, Г. Шилер, А. Ларський [1] та ін. Під час соціальних змін ця тема в вітчизняній науковій практиці була відставлена на другий план, хоча, на наш

погляд, зараз стала ще більш актуальною, бо на сьогодні США стали визнаним лідером у процесах глобалізації, а домінування цієї країни у політичній, економічній, культурній сферах доповнюється захопленням світового інформаційного простору. Інформаційний аспект глобалізаційного процесу розглядають у своїх дослідженнях такі українські вчені як О. Зернецька, Б. Парахонський, М. Ожеван, О. Литвиненко [2] та ін. Але процес американізації світового простору, на наш погляд, залишився за межами їх досліджень.

Пропаганда американізму нараховує більше сотні років. Початок її можна знайти вже в 70-і рр. XIX ст., тобто після війни між північними і південними штатами. Перемога в цій війні промислової Півночі сприяла швидкому росту індустріалізації, якій вже не заважали консервативні інтереси плантаторів з Півдня. Ця війна вплинула на відкриття західних кордонів, чому передувала розправа з колишніми мешканцями цих земель — індіанцями. Масова імміграція в Сполучені Штати з Південної, Центральної і Східної Європи дала величезну кількість робочих рук для виробництва, створивши в такий спосіб широку базу для швидкого розвитку сучасної промисловості. Однак одночасно масова імміграція зіграла вирішальну роль у тій області, що зараз визначається терміном "культурний імперіалізм", а в радянський час називали "американською соціологічною пропагандою" [3, с. 15] і включали як один з найважливіших факторів у поняття "психологічна війна" [4, с. 26].

Культурний імперіалізм виник як природний результат, що впливає з пропаганди основних елементів американського способу життя. Без складної проблематики і специфічних умов цього життя він ніколи не досяг би тих розмірів, яких набув сьогодні. Крім цього, варто відмітити, що без цієї пропаганди була б неможливою в настільки короткий термін, як це мало місце, асиміляція іммігрантів, що прибували до Сполучених Штатів, бо вона грала не останню роль у формуванні самого американського суспільства, яке складається з представників різних національностей, рас, релігійних і культурних традицій. Проте тут слід відмітити, що й характер самих іммігрантів в значній мірі впливав на психологічну атмосферу американського суспільства. Особа, яка приймала нелегке рішення про імміграцію, повинна була мати велику силу волі, бути рішучою, сміливою, готовою йти на корінну зміну свого життя, на ризик, бути готовою до будь-яких несподіванок. Такі особи, як правило, були ініціативними, наділеними такими рисами, як розкутість психіки, мрійливість, але головне вони були наділеними великою внутрішньою енергією, вірою в свої сили і в можливість власноручно змінити на краще свою долю.

Це в свою чергу в значній мірі вплинуло на особливості форм політичної демократії США, які були тісно пов'язані з розвитком гуманістичної думки, що проголосила людину найбільшою цінністю і відстоювала її право на незалежність суджень і думок, на вільне самовизначення і самостійний вибір не тільки цілей і способів своєї індивідуальної діяльності, але і форм організації суспільства. У зв'яз-

ку з цим Дж. У. Фулбрайт писав, що "в Америці живе талановитий і енергійний народ, а засновники американської держави розробили доволі гнучкі державні інститути, які були вміло пристосовані до потреб світу, що швидко змінюється" [5, с. 11]. А З. Бжезинський розвинув цю тезу далі, зазначивши, що політичні інститути Америки та економіка вільного ринку створили "безпрецедентні можливості для амбітних і нетрадиційно мислячих винахідників, яких у їхніх спробах реалізації власної мрії не стримували ані архаїчні привілеї, ані жорсткі соціальні ієрархії" [6, с. 117].

У процесі асиміляції, що розпочався у зазначений період, тобто в другій половині XIX ст., як база для уніфікації маси іммігрантів був використаний стереотип єдиного способу життя. Згодом цей стереотип почали поширювати за межі країни, включивши його в пропагандистську політику США. Особливу роль в процесі асиміляції відводять німому кіно, бурхливий розвиток якого на початку XX ст. співпав з величезним потоком іммігрантів. Людей, які погано володіли англійською мовою, німе кіно знайомило з американською міфологією, з американськими легендами і закладеними в них цінностями, з самою "ідеєю Америки". Так за допомогою кінематографа, а пізніше телебачення, Америка не просто розповідала легенди, формувала власну міфологію, вона розповсюджувала їх по всьому світі.

На самому ранньому етапі (остання чверть XIX ст.) Сполучені Штати впливали на закордонні країни майже винятково за допомогою експорту технічних чи технологічних нововведень, а також експорту товарів. Це, однак, не мало серйозного значення і не може бути прирівняним до інформаційної експансії, хоча непрямим чином також приносило дивіденди США. Згаданий експорт створював у багатьох країнах позитивну для Сполучених Штатів суспільну думку, що, однак, не послабляло негативного враження від спілкування із самими американцями.

Якщо говорити про діяльність, що могла б хоч частково відповідати теоретичним вимогам, які пред'являються до пропаганди, то в зазначеному двадцятип'ятилітті вона проводилася найчастіше індивідуальним способом, насамперед американцями, що приїжджали до Європи. У той період у США ще не існувало ніяких організацій, ні державних, ні громадських, які б відповідали за проведення пропаганди за кордоном.

Це пояснюється тим, що з кінця XVIII ст. і до 30-х рр. XX ст. у США домінувала доктрина ізоляціонізму, родоначальником якої був ще перший президент США Дж. Вашингтон, який вважав, що Америка повинна перебувати осторонь будь-яких міжнародних конфліктів. Доктрина також переслідувала мету убезпечення США від посягань більш сильних європейських держав і створення умов для консолідації американської нації і утвердження її державності. Єдине, до чого прагнула молода тоді ще американська держава, так це до розширення своїх кордонів на північноамериканському континенті.

Але вже незабаром зміст політики ізоляціонізму ускладнюється. З проголошенням у 1823 р. "доктрини Монро", ця політика набуває

певних експансіоністських рис, з її орбіти випадають країни Латинської Америки. Уже в першій чверті XIX ст. США починають розглядати Латинську Америку як зону своїх "особливих інтересів", намагаючись обмежити вплив, а згодом і витіснити із Західної півкулі європейські держави. Так, скажімо, вже до 1902 р. Великобританія відмовилась від претензій на провідну роль в Центральній Америці.

На початку XX ст. "доктрина Монро" модифікується, вона служить виправданням втручання Вашингтона у внутрішні справи країн Латинської Америки. У "Логічному висновку з доктрини Монро" Т. Рузвельт проголосив "генеральне право" США на інтервенцію в Західній півкулі [7, с. 29]. В цей же час зовнішня політика США все більше набуває експансіоністського характеру. Нова політика потребувала розробки свіжих ідей, доктрин і концепцій. Так з'являється доктрина "відкритих дверей", яка призначалася передусім для країн Азії, і біля витоків якої стояли президент Т. Рузвельт, сенатор Г. Лодж, адмірал А. Мехен.

Саме президент Теодор Рузвельт став першим президентом, який заявив про те, що обов'язок Америки полягає у тому, щоб розповсюдити свій вплив на весь світ і будувати відносини з іншими країнами "на основі концепції національних інтересів" [7, с. 29]. В цей же час в Америці набуває поширення думка про те, що не варто чекати поки все людство сприйме демократичну систему і тільки після цього самим ввійти в міжнародну систему, навпаки могутність США дає їй право уже сьогодні висловлювати свою позицію щодо злободенних питань.

Це був перший крок до відмови від політики ізоляціонізму. Наступний крок зробив президент США Вудро Вільсон, який проголосив нові принципи міжнародної політики, до яких увійшли поняття про те, що "від розповсюдження демократії залежить мир на землі, що про держави слід судити тими ж самими етичними нормами, які є критерієм поведінки окремих осіб, і що національні інтереси будь-якої країни повинні підпорядковуватись універсальній системі законів" [7, с. 21]. Але нові ідеї так і залишились на рівні ідей. Стратегію і тактику американської дипломатії на міжнародній арені аж до 40-х рр. XX ст. продовжували визначати три доктрини, які доповнюючи одна одну, переслідували одну мету — забезпечити інтереси США в трьох географічних районах світу: ізоляціонізм — в Північній Америці і Західній Європі, "доктрина Монро" — в Латинській Америці, доктрина "відкритих дверей" — в Азії.

За таких обставин всі ці роки активними провідниками американського способу життя були пересічні американці. Туристів і бізнесменів, що виїжджали в той час у різні країни світу, головним чином у країни Західної Європи, було чимало. Досить сказати, що, за даними книги "Історична статистика Сполучених Штатів: від часів колонізації до 1957 р.", випущеної Бюро перепису населення США, протягом одного тільки 1900 р. їхня загальна кількість досягла 91 219 осіб [4, с. 296].

Європейців дратувала надмірна хвалькуватість американських туристів, що, крім того, демонстрували абсолютну відсутність виховання, відрізнялися грубими манерами, напивалися до непристойності і з презирством відзивалися про все, що було європейським. А. де Токвіль ще в першій половині XIX ст. не рекомендує говорити з американцями про Європу, оскільки "у такій розмові в них звичайно виявляється упередженість і дурна пиха: у цьому відношенні вони задовольняються загальними і невизначеними ідеями, на яких звичайно базуються міркування невігласів" [8, с. 230]. Дж. У. Фулбрайт у своїй книзі "Самовпевненість сили" також, аналізуючи поведінку американців за кордоном, відмічає той факт, що "в своїй країні ми гостинні і уважні", але тільки "ми опиняємось за кордоном, то зразу "стаємо" зарозумілими, пихатими, галасливими, вимогливими і без церемоній "ведемо себе кругом, ніби хазяї" [5, с. 17]. Пояснення цьому перевтіленню він знаходить у свідомості американців, яка змінюється за кордоном від усвідомлення приналежності до найбільшої і найзаможнішої країни у світі. Саме це почуття, на думку Дж. У. Фулбрайта, змушує людей, які вдома ведуть себе нормально, "вести себе по-хамськи у чужій країні" [5, с. 18].

Після закінчення Першої світової війни, незважаючи на відсутність якої-небудь установи, що веде пропаганду від імені уряду, широко розгорнувся процес поширення "американського способу життя". Не можна ігнорувати оцінку Фостера Р. Далласа впливу туристів на європейські і неєвропейські країни в області культурної експансії, що звучала в такий спосіб: "Переконалива привабливість грошей змушувала країни, що їх приймали, задовольняти запити американців. Бізнесмени, студенти, туристи в однаковій мірі стали продавцями американської культури, поширюючи ідеї і звичаї, що ще більше зміцнювали вплив США за кордоном" [4, с. 298].

Та американські ідеї сприймалися не так вже легко і викликали в Європі багато протестів, що були рішуче спрямовані проти суто ринкових поглядів, які розповсюджували американці. Європейці наполегливо чинили спротив підміні поезії прозою, почуттів — розрахунком і жертвовності — доларами. У вересні 1926 р. французький письменник-гуманіст Ромен Ролан, глибина поглядів якого поєднувалася з глибокою проникливістю, у статті "Попередження Америці" писав: "Американський характер відрізняється дивним, вражаючим нас, європейців, невмінням розуміти напрямок думок інших рас, невмінням вникати в їхню психологію і внутрішнє життя, відчувати їх душу, їхні пристрасті, їхні потреби, як свої власні. Американець вважає, нібито усе, що правильно, що добре для нього, повинне бути також правильно і добре для всіх інших народів земної кулі; а якщо народи з цим не згодні, то помиляються, нібито, вони, — Америка нібито має право нав'язувати їм свої думки, в інтересах усього світу й у своїх власних інтересах. Подібні погляди породжують прагнення до завоювання світу, прикриті фальшивим моралізуванням, що схоже на жадібний тваринний інстинкт влади над іншими народами" [9, с. 133]. Розвиток цієї тези

також знаходимо у Дж. У. Фулбрайта, який писав, що велика нація дивним чином вважає, що її сила покладає на неї особливу відповідальність за інші народи, яка полягає в тому, щоб "переробляти їх за своїм зразком і подібністю" [5, с. 11]. На його думку, це той випадок, коли сила схильна ототожнювати себе з добродієм.

В 30-ті рр. тиск культурної експансії на Європу підсилюється, що збільшує в європейських країнах вже існуюче до цього невдоволення зростаючим впливом Сполучених Штатів. Щоб протистояти зростаючому впливу американської пропаганди, в Англії навіть висувалася пропозиція створити для "протидії" спеціальний урядовий центр, що займався б питаннями інформації. Вже тоді це можна було віднести до інформаційного імперіалізму, бо таким чином розповсюджувана інформація впливала на світову спільноту та формувала певне сприятливе відношення до США.

Таким чином, до середини 30-х рр. пропаганда Сполучених Штатів спиралася головним чином на приватні засоби, що, як ми бачимо з різних висловлювань, не зменшувало її впливу на громадськість різних країн. Але що стосується Латинської Америки, то ще у 20-ті рр. США почали вести радіопередачі на цей регіон своїх "традиційних інтересів".

Першою підтриманою урядом спробою створення спеціального органу, що займався б поширенням американських ідей за кордоном, було утворення в період першої світової війни Комітету громадської інформації, який доносив до кожного куточка цивілізованого світу "безкорисливу" мету Америки. Крім цього цивільного органу американська пропаганда велась також військовим органом, який називався Секцією пропаганди чи Психологічною секцією при розвідвідділі штабу американських експедиційних військ. Робота цього органу в основному зводилась до розкидання листівок з аеростатів і літаків. Але П. Лайнбарджер, фахівець з американської пропаганди часів Другої світової війни і початку "холодної війни", негативно оцінює діяльність цих органів [10, с. 104].

Лише в 1938 р. в держдепартаменті було створено відділ культурних відносин, задачею якого був розвиток культурного співробітництва з Латинською Америкою, а президент Рузвельт заснував міжвідомчий комітет співробітництва з американськими республіками, який підпорядковувався державному секретареві. Новий комітет повинен був займатися плануванням і втіленням у життя програм культурного і наукового обміну з країнами Західної півкулі. До 1939 р. американці зробили великий крок вперед в області обміну людьми і книгами, організації бібліотек, прокату документальних фільмів, підтримки культурних центрів і будівництва американських шкіл в окремих країнах Центральної і Південної Америки. Ця діяльність була посилена в 1940 р., після створення Бюро координації міжамериканських проблем. Керівником бюро було призначено Нельсона Рокфеллера, що розвинув широку активність, використовуючи засоби інформаційного впливу.

Друга світова війна змусила Сполучені Штати, правда не відразу, створити установу, що займалася б розвитком і координацією психологічних кампаній проти держав "осі". Першою установою такого типу була організована навесні 1941 р. Служба іноземної інформації. Через рік, у червні 1942 р., виникло Управління військової інформації. Протягом війни Управління військової інформації як основний орган зовнішньополітичної урядової пропаганди США зазнало ряд великих і дрібних реорганізацій, але зрештою воно стабілізувалося на основі двох принципів діяльності — політико-географічного і розповсюдження засобів пропаганди.

Трьома головними напрямками в політико-географічному відношенні чи трьома "стратегічними зонами" зовнішньопробандистської активності були вороги, союзники і нейтральні країни. Відповідно до цього будувалася структура Управління військової інформації і розподілялися різні засоби пропаганди — преса, кіно і радіо, — причому кожному приділялася визначена роль як інструменту зовнішньої політики в залежності від того, на кого була спрямована пропаганда. Управління військової інформації стало попередником Інформаційного агентства Сполучених Штатів (ЮСІА).

Зв'язки між розвідкою і пропагандою не тільки не були розірвані після закінчення війни, але, навпаки, стали більш тісними. Служба іноземної інформації підпорядковувалася Управлінню. Слід зазначити, що, крім військово-пробандистської діяльності, Управління приділяло у своїй програмі дій велику увагу популяризації американського способу життя, фінансуванню і постачанню бібліотек за кордоном і поширенню культурних матеріалів. Американське радіомовлення на закордонні країни, що на початку війни не було найважливішою частиною апарату зовнішньої пропаганди, переживаючи разом з цим апаратом всі організаційні перебудови, швидко завоювало провідні позиції. Важливим заходом у той період було об'єднання в одну радіостанцію одинадцяти приватних короткохвильових станцій, що до того віщали на закордонні країни. Саме вона і набула популярності під назвою "Голос Америки", яка 24 лютого 1942 р. почала вести радіомовлення іноземними мовами. Уряд Сполучених Штатів, оцінивши по достоїнству роль радіо в зовнішній пропаганді, не шкодував коштів на його розвиток. На кінець війни у розпорядженні американського уряду було 39 короткохвильових станцій (на початку війни їх було 19) і радіопередачі на зарубіжні країни велись 41 мовою [4, с. 13]. Крім того, у всіх країнах, де це було можливо, були відкриті американські інформаційні представництва.

Така інформаційна політика не була випадковою, вона стала наслідком відходу американської адміністрації від політики нейтралітету. З часу наближення війни в Європі американська правляча еліта все більше схилилася до думки про необхідність корінної перебудови міжнародних відносин в напрямку того, що пізніше отримало назву "світ по-американськи". Що стосується Рузвельта, то для нього "вихід на світову арену представляв собою сенс його політичного життя".

У цьому плані заслуговує на увагу його виступ перед Конгресом у січні 1943 р., де він розкрив значення для США перемоги у цій війні: "Це значить прагнення до створення умов для більш спокійного життя людей в США і у всьому світі і, нарешті, прагнення до четвертої свободи — свободи від страху" [11, с. 8].

Таким чином, прагнення до цієї "четвертої свободи" привели США до прагнення нав'язати усьому світу і свій зразок життя, причому не тільки баченим, військовим шляхом, що не може не викликати спротив, прикладами якого можуть стати військовий конфлікт в колишній Югославії, війни в Афганістані та у Іраку. Більш небезпечним є намагання США непомітним шляхом американізації інформаційного простору, коріння якої знаходяться ще в кінці XIX ст., через телебачення, кіно, Інтернет підсвідомо впливати на свідомість міжнародної спільноти та подалі утверджувати американську першість у світі. Тому вкрай важливим являється вивчення цього явища та розробка потужної системи механізмів, у якій би інформація одночасно розповсюджувалась і захищалась як глобальне надбання, а не як волевиявлення однієї, хоча б і наддержави світу. У майбутньому саме на цьому повинні зосередити свої дослідження українські науковці.

Література

1. Беглов С. И. Внешнеполитическая пропаганда. Очерк теории и практики. — М.: Высшая школа, 1984. — 375 с.; Кашлев Ю. Б. Информационный взрыв: международный аспект. — М.: Международные отношения, 1988. — 208 с.; Кашлев Ю. Б. Идеологическая борьба или психологическая война? — М.: Политиздат, 1986. — 191 с.; Кукаркин В. Буржуазная массовая культура. Теория. Идеи. Разновидности. Образы. Техника. Бизнес. — М.: Политиздат, 1985 — 399 с.; Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М.: Мысль, 1980. — 326 с.
2. Зернецька О. В. Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект). — К.: Наукова думка, 1993. — 127 с.; Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. — К.: Освіта, 1999. — 351 с.; Парахонський В. Українське суспільство в добу глобалізації // Вісник Національної академії наук України. — 2000. — № 4. — С. 40–49; Литвиненко О. Інформаційні впливи та пострадянське суспільство / Політична думка. — 2001. — № 1–2. — С. 39–48; Ожеван М. Міжетнічна толерантність у контексті проблем інформаційно-психологічної безпеки України // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень НАН України. — К., 2001. — Вип. 15. — С. 231–239.
3. Ларский А. Американская социологическая пропаганда. — М.: Прогресс, 1970. — 90 с.
4. Психологическая война / Под ред. Николаева А. Н. — М.: Прогресс, 1972. — 352 с.
5. Фулбрайт Дж. У. Самонадеянность силы. Пер. с англ. Китина Н. И. — М.: Международные отношения, 1967. — 256 с.
6. Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы. — М.: Международные отношения, 2000. — 256 с.
7. Киссинджер Г. Дипломатия: Пер. с англ. В. В. Львова / Послесл. Г. А. Арбатова. — М.: Ладомир, 1997. — 848 с.
8. А. де Токвиль Демократия в Америке // Пер. с франц. / Предисл. Гарольда Дж. Ласки. — М.: Прогресс, 1992. — 554 с.
9. Роллан Р. Предупреждение Америке // Роллан Р. Собрание сочинений: В 14 т. — М.: Худ. литература, 1958. — Т. 13: Публицистика. — С. 133–134.
10. Лайнбарджер П. Психологическая война: Пер. с англ. / Под ред. Берникова Н. Н. — М.: Воениздат, 1962. — 352 с.

11. *Американские лидеры и проблемы внешней политики США (1940–1950)* / С. В. Юрченко, Е. Н. Дорошенко, А. А. Сидоров / Под ред. Л. А. Пашковского. — Севастополь: Флот Украины, 2001. — 96 с.

Е. А. Данилишина

ИСН ОНУ им. И. И. Мечникова

Французский б-р, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина

ИСТОРИЧЕСКИЕ КОРНИ АМЕРИКАНИЗАЦИИ МИРОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Резюме

Статья исследует исторические корни американизации мирового информационного пространства в связи с доктринами внешней политики США того времени и в контексте формирования американского общества. Сделана попытка доказать связь процесса американизации с пропагандой американского образа жизни за границами США. Также рассматриваются способы влияния на другие страны мира в первый период выхода этого государства на лидирующее положение в системе международных отношений.

Ключевые слова: мировое информационное пространство, американизация, пропаганда, культурный империализм.

K. A. Danilishina

Institute of Social Sciences of Odessa Mechnikov national university,

Frantsuzsky blvr., 24/26, Odessa, 65058, Ukraine

HISTORICAL ROUTS OF AMERICANISATION OF THE WORLD INFORMATIONAL SPACE

Summary

The subject of the article is analyzes of historical routs of Americanization of the world informational space concerning the USA foreign policy doctrines of the turn of XX -th century in the context of American society forming.

The author makes efforts to prove that there is the connection between the processes of Americanization and propaganda American mode of life all over the world. The ways of influence other countries in the first period of this state's appearing as the world leader in the system of international relationships are discussed in the article.

Keywords: the world informational space, americanization, propaganda, cultural imperialism.