

УДК 101.1:329.12:330.567.2

ИДЕОЛОГИЯ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИИ «МЯГКОЙ СЛЫ»

Смирнов Василий Андреевич,
novtransa2010@yandex.ru

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41.

Смирнов Василий Андреевич, кандидат философских наук, доцент кафедры теории, истории и философии культуры Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого.

Актуальность статьи обусловлена, с одной стороны, популярностью концепции «мягкой силы», а с другой – масштабной трансформацией общества традиционного типа в так называемое «общество потребления». *Цель* – анализ механизма ненасильственного управления (т. н. «мягкая сила») социумом на основе эксплуатации практик «общества потребления». Генезис и функционирование общества потребления – основные современные глобальные проблемы, привлекающие внимание исследователей из разных сфер научного знания. Современное общество потребления базируется на следующих столпах: экономическом (массовое потребление), социальном (урбанизация) и идеологическом (внедрение установки «казаться, а не быть» в массовое сознание). Есть все основания утверждать, что проблематике взаимосвязи общества потребления с его атрибутивными чертами и механизмами «мягкой силы» в отечественной и зарубежной науке не уделяется должного внимания. Данное исследование ставит перед собой именно такую цель – краткий анализ этих двух феноменов в обозначенном выше контексте. По мнению А. Грамши, удержание власти включает в себя не только принуждение, но и убеждение. Любое государство, независимо от того, какой класс в данный момент является доминирующим, опирается на два фундаментальных столпа – силу и согласие («мягкое насилие»). В содержательном плане стремление потреблять выступает главным мотивом жизни современного человека. Поэтому управление этими мотивами становится стержневым элементом стратегий властвования в современном обществе. В статье впервые предпринимается попытка охарактеризовать перспективы эволюции российского сегмента «общества потребления» через призму деградации трудовой этики в России.

Ключевые слова: «Мягкая сила», «общество потребления», технологии власти.

Приступая к анализу идеологии «общества потребления» в контексте аппликации «мягкой силы», нам бы хотелось обозначить тот круг задач, который будет решаться в рамках данной статьи. Во-первых, следует разобраться с понятием «общества потребления»; во-вторых, выделить его основные особенности; в-третьих, раскрыть механизм управления массами через так называемую «идеологию потребления» и, в-четвертых, вкратце обозначить тенденции эволюции российского сегмента «общества потребления».

Появление и развитие общества потребления – одна из основных современных глобальных социально-психологических проблем, которая привлекает внимание исследователей. Можно согласиться с М.Н. Бунеевой, что общество потребления – это социальное пространство, в котором преобладают только потребительские интересы. Оно характеризуется ростом доходов, изменяющим структуру потребления в сторону увеличения приобретения товаров длительного пользования, предметов роскоши и индивидуального потребления. Экономические отношения в таком обществе называют эко-

номикой потребителя (а не производителя), поскольку преимущественно спрос формирует предложение [1, с. 53]. С точки зрения Е.С. Валевиц и А.Н. Ильина, «общество потребления» – это совокупность отношений, где господствует выступающий смыслом жизни символизм материальных объектов, побуждающий потребителей приобретать вещи и тем самым наделять себя определенным статусом [2, с. 101].

Теперь перейдем к рассмотрению специфических черт «обществ потребления». Например, А.В. Овруцкий выделяет несколько существенных признаков такого общества, которые мы сейчас перечислим. Во-первых, это наличие избыточного количества предметов потребления по низким ценам. Можно только согласиться с автором, что начиная с 1930-х гг. движущей силой экономических процессов становится совокупный спрос, а главная экономическая задача, в соответствии с кейнсианской моделью развития, трансформируется в «накачку» потребительского спроса доступными кредитными средствами. Во-вторых, данный тип общества был бы невозможен без так называемой «торговой революции», которая многократно облегчила процесс сведения спроса с массовым производством. Крупные торговые центры (моллы) начали активно появляться в США и Европе уже в середине прошлого века. В 1957 г. в США их насчитывалось 940, в 1960 г. – уже 2000, в 1977 г. – почти 20 тысяч, а в 2004 г. – более 46 тысяч [3, с. 128]. В-третьих, появились потребительские ресурсы для массового и безграничного потребления у большинства населения (потребительские свободы, время, деньги). В-четвертых, важной предпосылкой общества потребления является урбанизация. Концентрация населения в узких пространственных точках, с одной стороны, облегчает процесс продвижения товарного «предложения» к массовому потребителю, а с другой – активизирует потребительские паттерны, которые в условиях сельской местности были бы попросту невозможны. Кроме того, мы бы еще добавили, что основное отличие современного «общества потребления» от традиционных обществ заключается в том, что люди начинают действовать не исходя из своих интересов, а опираясь только на желания. Если интерес структурируется объективно, посредством сочетания устойчивых потребностей с социальными средствами их удовлетворения, то желание в большей степени имеет психологический характер, оно слабо управляется разумом и подвержено манипуляциям. Желание, в отличие от интереса, поддается технике замещения и многообразным символическим удовлетворениям, чаще всего не имеющим никакого отношения к реальным интересам личности [4, с. 208].

Таким образом, общество потребления базируется на следующих столпах: экономическом (массовое производство, раздутый за счет кредитов платёжеспособный спрос населения и усовершенствованная торговля), социальном (урбанизация) и идеологическом (внедрение установки «казаться, а не быть» в массовое сознание). С нашей точкой зрения, формирование «общества потребления» – это не стихийный, а вполне проектный процесс, который позволяет элитам управлять социумом более эффективно, что неразрывно связано с так называемым механизмом «мягкой силы». Данное понятие было впервые введено в научный оборот профессором Гарвардского Университета Дж. Наем. По его мнению, эффективность управления зависит не только от использования военной или экономической мощи для достижения определенных целей в политике, сколько от способности опираться на более «мягкие» инструменты, такие как культура и идеология [5, с. 57].

В этом смысле концепт «мягкой силы» очень похож на понятие «гегемонии», введенное итальянским философом А. Грамши. Различие заключается в том, что «мягкая сила» – это, скорее, инструмент внешнеполитического воздействия, тогда как «гегемония» – механизм «внутреннего» сохранения власти правящей буржуазией. По мнению

А. Грамши, удержание власти включает в себя не только принуждение, но и убеждение. Любое государство, независимо от того, какой класс в данный момент является доминирующим, опирается на два фундаментальных столпа – силу и согласие. Если в обществе превалируют методы ненасильственного властвования, то такое положение дел может быть охарактеризовано как гегемония. При этом последняя не является неким застывшим состоянием, а представляет собой достаточно тонкий и весьма лабильный процесс. Гегемония – это не просто пассивное согласие граждан, это активное желание того же, что нужно и самому правящему классу [6, с. 12–13].

Гегемония, по мнению А. Грамши, выступает в качестве инструмента культурного господства буржуазии над остальным обществом. Само собой, буржуазия не только контролирует экономику и государственный аппарат, она также является и культурно доминирующей силой. Иными словами, сила буржуазии заключается не только в применении «жесткой» силы, но также и в использовании «мягкой» силы, в сочетании материальных факторов господства с идеологическими. По Грамши, и установление, и подрыв гегемонии – «молекулярный» процесс. Он протекает не столько как столкновение классовых сил, но как невидимое, малыми порциями, изменение мнений и настроений в сознании каждого человека. Гегемония опирается на «культурное ядро» общества, которое включает в себя совокупность представлений о мире и человеке, добре и зле, прекрасном и отвратительном, на множество символов и образов, традиций и предрассудков, знаний и опыта многих веков. Пока это ядро стабильно, в обществе имеется «устойчивая коллективная воля», направленная на сохранение существующего порядка. [7, с. 64–65]. Однако мы бы хотели отметить, что «гегемония», описанная Грамши, в новых условиях начинает принимать глобальные формы, «выплескиваясь» далеко за границы национальных государств.

По мнению В.А. Лисичкина и Л.А. Шелепина, сейчас человечество в определённом смысле снова возвращается к состоянию Древнего Рима, с управлением миром из единого центра. Только теперь основным источником власти служит не физическое насилие, а информационное воздействие. Авторы отмечают: «Двадцать веков назад установилось господство над миром на основе физического насилия. В наши дни благодаря новым методам управления людьми устанавливается власть над их душами» [8, с. 5]. Опыт показывает, что современное глобальное общество потребления – это не столько взаимозависимый мир, сколько зависимый – управляемый из единого центра. При этом современная мировая гегемония, как уже отмечалось выше, больше основывается на экономическом и культурном завоевании, чем на традиционном военном. Здесь предполагается не только экономическое ограбление мировой периферии, но и духовная власть над ней за счёт так называемых референтных групп. Сегодня по единым стандартам потребительского общества Запад, и в первую очередь США, стал для многих референтной группой, с которой они готовы сличать своё поведение [4, с. 198; 9]. С точки зрения Дж. Ная, «неуловимые ресурсы – патриотизм, мораль и легитимность – сильно влияют на желание бороться, в том числе и военными методами» [10, с. 21], а это значит, что привлекательность общества потребления «обезоруживает противников».

Каковы перспективы глобального «общества потребления»? Проблема заключается в том, что с момента кризиса 2008–2009 гг. никаких структурных изменений в мировой экономике не произошло. Наоборот, все те диспропорции, которые были, к сегодняшнему дню только усугубились за счёт «накачки» центральными банками развитых стран своих экономик необеспеченной ликвидностью. По этому пути шли США и Европа, по этому пути наращивания потребления все 10 лет шёл Китай, заливая страну дешёвыми кредитами в надежде, что когда-нибудь будет «отскок» и экспортёры смогут

быстро вернуть выданные займы [11, С. 1171–1180]. В данный момент идеология потребления становится доминирующей в современном мире [12, с. 568].

Сегодня надулся такой финансовый мегапузырь, которого еще не знала история [13, с. 8]. Естественно, пузырь придется ликвидировать, и тут встанет вопрос, кто уцелеет, а кого можно отправить на «дно». Само собой, на «дно» пойдут экономики полностью зависимой периферии и полупериферии. При этом «центр» (в первую очередь – США) попытается решить свои проблемы за счет самих утопающих [14, с. 1–3]. И в этом контексте перспективы именно российского «общества потребления» выглядят далеко не блестяще. Специализация нашей страны последние годы строилась по принципу «мы продаем нефть, а всё, чего у нас нет, мы купим за нефтедоллары». Но сейчас эта стратегия начинает разваливаться. Из-за мирового кризиса [15, с. 101] примерно 30 млн баррелей суточной мировой добычи (которая составляет 100 млн баррелей) оказались лишними. Образовалось гигантское, невиданное нависание предложения над спросом, которого не было ни в 1980-е, ни в 1990-е, ни вообще никогда ранее в истории. Поэтому судьба страны с разрушенной промышленностью и деградировавшей трудовой этикой представляется нам не слишком радужной.

И если разгромленная промышленность – это то, что в принципе может быть восстановлено за несколько лет, то идеологический удар по трудовой этике, нанесенный в области массового сознания россиян, гораздо более катастрофичен по своим последствиям. Если внимательно проанализировать фото, выставляемые современными российскими пользователями соцсетей, то можно обнаружить, что стало модным выкладывать только фотографии, пропагандирующие безделье – отдых на море, отдых в клубе, поездки на дорогом автомобиле, шашлыки на природе и т. д. Россиянами массово овладела мысль, что самое главное, к чему стоит стремиться к жизни, – это найти такую нишу, где есть возможность как можно меньше работать и как можно больше зарабатывать. При этом работы, связанные с физическим трудом, считаются в нашей стране неprestижными и нестатусными. Все хотят быть экономистами, юристами, управленцами, чиновниками, менеджерами, но мало кто хочет работать слесарем на заводе или машинистом на железной дороге.

Вспомним историю: все великие государства планеты возникли только потому, что в мировоззренческие структуры этих суперсистем были введены ценности труда. Западная цивилизация в том виде, в котором она существует сейчас, была создана английскими, голландскими и немецкими протестантами с их религиозной идеологией усердного труда как главного условия правильной жизни. Построив капитализм, протестантские страны в XIX–XX вв. принялись завоевывать мир и создали гигантскую колониальную систему, обеспечивающую перекачку богатств из африканских и азиатских стран в европейские метрополии. Строительство коммунизма тоже базировалось на пропаганде исключительной социальной ценности труда. Без советской трудовой этики не было бы ни индустриализации, ни освоения целины, ни восстановления страны после войны, ни освоения космоса, ни массового строительства жилья и социальной инфраструктуры. Если бы нынешние россияне не получили в свое распоряжение советское наследство в виде тысяч построенных на почти бесплатном труде советских энтузиастов предприятий, то современные граждане РФ сейчас жили бы в десятки раз хуже, чем, например, граждане бывших союзных республик из Средней Азии.

Именно труд создал человека, как писал Энгельс. Можно дополнить немецкого философа: труд создал не только *homo sapiens*, но и великие государства и великие народы. Отказ от труда – это первый шаг на пути превращения народа в плебс, в парази-

тическую прослойку, которая быстро промотает наследие трудолюбивых предков и не только потеряет «потребление», но и уйдёт с исторической арены.

В том, как иррациональная идеология общества потребления начинает вытеснять рациональные мотивы, легко убедиться на примере забастовочного движения советских шахтеров в конце 1980-х гг. Как известно, летом 1989 г. в СССР поднялась волна открытого многотысячного забастовочного движения шахтеров (на Кузбассе, в Донецке и Воркуте). Толчком к началу массовых забастовок послужило ухудшение обеспечения шахтёрских регионов продовольственными и промышленными товарами. Первая забастовка началась в Воркуте. Мало кто знает, но шахтеры были самой привилегированной категорией рабочего класса Советского Союза. Их зарплаты доходили до 1000 рублей в месяц. К слову, стоимость кооперативной квартиры в СССР, состоящей из одной комнаты и имеющей общую площадь 36 кв. м, была равна порядка 5800 рублей. Получается, что квалифицированный шахтер мог накопить на однокомнатную квартиру меньше, чем за год работы в забое.

Есть все основания полагать, что доверчивых шахтёров ввели в заблуждение московские демократы, которые использовали это движение как таран против советской власти. Но самое главное, что шахтерам в результате манипуляций была навязана идеология потребительства. С.Г. Кара-Мурза пишет: «Многие из иностранных журналистов не только писали, снимали, а и подбирали из числа актива забасткомовцев «студентов» для своих курсов. Буквально начиная с августа подобранных ими членов забасткомов различные профсоюзные, неправительственные организации Греции, Англии, Франции, США стали приглашать к себе на различные семинары, курсы, просто ознакомительные поездки за счет приглашающей стороны. Цель приглашающих сторон была одна – пропаганда своего образа жизни и агитация за создание независимого профсоюза горняков. Когда наши группы возвращались из этих поездок, следом контейнерами, автотранспортом шла гуманитарная помощь: сигареты, макароны, мыло, мочалки, компьютеры, ксероксы, бумага, лекарства и т. д. Помощь раздавалась тем, кто переходил из углепрофсоюза в НПП» [16, с. 235]. Например, горняки воркутинской шахты Воргашорская требовали, помимо прочего (отмена статьи о руководящей роли КПСС, улучшение условий труда, ускорение строительства жилья, ввод в строй профилактория в Воргашоре, передача шахтам значительной части валютной выручки), также «предоставление полной экономической и юридической самостоятельности шахтам».

Как известно, в мире уголь добывается двумя способами: открытым – в карьерах, при глубине залегания породы менее 100 метров, и закрытым – в шахтах, если уголь залегает глубже. Понятно, что обустройство шахт требует больших капитальных затрат как в финансовом плане, так и во временном. В Печорском бассейне, где шахтеры выступали за «предоставление полной экономической самостоятельности», уголь добывался только шахтным способом. Пока был жив Советский Союз с его плановой экономикой, государство субсидировало воркутинские шахты, перекачивая средства в печорские разрезы из более прибыльных отраслей хозяйства. К сожалению, «демократы» из Москвы, боровшиеся с КПСС, не объяснили шахтёрам, что экономическая самостоятельность на практике будет означать ликвидацию государственной поддержки угольной промышленности и переход на рыночные рельсы.

Сейчас все сдающие ЕГЭ по обществознанию знают одну простую вещь – на рынке в конкурентной борьбе побеждает только тот, кто выставляет меньшую цену товара за счёт оптимизации издержек. В условиях свободного рынка у воркутинских шахт не было ни единого шанса победить в конкурентной борьбе с другими (в том числе, мировыми) производителями. Они в принципе не могли бы тягаться с поставщика-

ми угля, например, из Аппалачского бассейна (США), где «твердая нефть» добывается открытым способом с глубины не более 60 метров – там драглайны просто насыпают уголь в самосвалы без необходимости строительства сложной и дорогой системы подземных выработок. В СССР же вся угольная промышленность была нерентабельной и существовала лишь как часть целостного советского хозяйства на плановой основе. Причина заключается в том, что в силу наших геологических особенностей в России уголь добывается с глубин в 200 метров и более (та же Воргашорская считается одной из самых глубоких шахт).

Шахтёры с подачи «демократов» требовали отказа от советской системы, в которой занимали привилегированное положение и желали перехода к экономической самостоятельности. Результат известен. Забастовщики нанесли удар, который добил советскую систему. Уже при Ельцине и «полной экономической самостоятельности» среди них началась массовая безработица, зарплата сократилась в несколько раз. К началу 1990-х гг. в окрестностях Воркуты работало 13 крупных шахт. Сейчас их осталось только четыре. В 1980-х гг. в Воркуте и так называемом «Воркутинском кольце» (посёлки-спутники вокруг города) проживало более 200 000 человек, сейчас не более 60 000. Жильё в городе «угля и шахтёров» стоит так дешево, а коммуналка так дорого, что проще подарить квартиру кому-нибудь, чем найти покупателя. Таким образом, Запад в своей борьбе с СССР не прибегал даже к подкупу и прямому воздействию, которое еще называют «публичной дипломатией» [9]. Самый привилегированный слой советских рабочих – шахтёры – добровольно выступил против советского строя только на основе воздействия «мягкой силы» в виде привлекательного западного образа жизни, связанного с потреблением.

Культура (и, в частности, идеология потребления) выступает важнейшей основой распространения «мягкой силы» [17, с. 30]. Например, так называемые «новые» социокультурные ценности, пропагандируемые КНР, не только сплачивают ханьцев по всему миру [18, с. 196–197], но и транслируют ценности китайской цивилизации на остальные страны, которые начинают относиться к Пекину с благожелательностью [19, с. 70]. Однако даже Китай с его стратегией «мягкой силы» [20, с. 31] все равно выступает объектом воздействия идеологии «общества потребления», формируемой Западом.

Список литературы

1. Бунеева М.В. Теоретические основы анализа общества потребления // Вестник Московского Университета. Сер. 6. Экономика. – 2011. – № 6. – С. 53–57.
2. Валиев Е.С., Ильина А.Н. Бренддинг в обществе потребления // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Социальные науки. – 2015. – № 1. – С. 101–106.
3. Овруцкий А.В. Феноменология общества потребления // Общество. Среда. Развитие. – 2011. – № 1 (18). – С. 127–131.
4. Панарин А.С. Искушение глобализмом. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – 416 с.
5. Федотова Н.Н. Анализ культурных ресурсов: мягкая мощь и идентичность // Знание. Понимание. Умение. – 2016. – № 4. – С. 55–69.
6. Грамши А. Тюремные тетради. Часть первая. — М.: Издательство политической литературы, 1991. – 560 с.
7. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 832 с.
8. Лисичкин В.А., Шелепин Л.А. Глобальная империя зла. – М.: Крымский Мост–9Д, 2001. – 448 с.
9. Glassman J. K. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement. URL: <http://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm> (дата обращения: 12.05.2020).
10. Nye J.S. The Future of Power. – New York: Public Affairs, 2011. – 300 p.
11. Wilson J. L. Soft Power: A Comparison of Discourse and Practice in Russia and China // Europe and Asia Studies. – 2015. – Vol. 67. – pp. 1171–1202.
12. Miller Jacob, Tony Stovall. The «right to consume»? Re-thinking the dynamics of exclusion/inclusion in consumer society // Consumption markets & Culture. – 2019. – Vol. 22. – pp. 568–581.

13. Zhang Weiwei Consumption, taste, and the economic transition in modern China // Consumption markets & Culture. – 2020. – Vol. 23. – Issue 1. – pp. 1–20.
14. Boot Arnoud, Thakor Anjan. Post-crisis evolution of banking and financial markets: Introduction // Journal of Financial Intermediation. – 2018. – Vol. 39. URL: https://www.researchgate.net/publication/325784392_Post-Crisis_Evolution_of_Banking_and_Financial_Markets_Introduction (дата обращения 12.05.2020).
15. Dayong Zhang, David C. Broadstock. Global financial crisis and rising connectedness in the international commodity markets // International Review of Financial Analysis. – 2018. – Vol. 68. – pp. 101–239.
16. Кара-Мурза С.Г. Потерянный разум – М. : Эксмо: Алгоритм, 2006. – 736 с.
17. Макаревич Э.Ф. Привлекательность мягкой силы и способы ее измерения // PolitBook – 2017 – Т. 1. – С. 30–48.
18. Мефодьева С.А. Практики китайских и российских СМИ в распространении «мягкой силы государств» (на примере их освещения в CCTV NEWS и RT) // Власть. – 2019. – № 1. – 196–200.
19. Смирнов В.А. Актуальные концепции достижения политического благополучия: трансформация концепта мягкой силы в современном научном дискурсе // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2020. – № 1 (36). – С. 63–71. URL: <http://jwt.su/journal/article/view/968/1029> (дата обращения 12.05.2020).
20. Рогожина Н.Г. «Мягкая сила» в политике Китая в странах Юго-Восточной Азии // Юго-Восточная Азия: Актуальные проблемы развития. – Вып. XXXIV. – 2017. – С. 24–33.

Поступила 20.06.2020 г.

UDC 101.1:329.12:330.567.2

THE IDEOLOGY OF THE CONSUMER SOCIETY AS AN ELEMENT OF THE «SOFT POWER» STRATEGY

Vasily A. Smirnov,
novtransa2010@yandex.ru

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Russia, 173003, Veliky Novgorod, st. Bolshaya St. Petersburg, 41.

Vasily A. Smirnov, Cand. Sc., Associate Professor of the Department of Theory, History and Philosophy of Culture, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University.

The relevance of the article is due, on the one hand, to the popularity of the concept of "soft power", and, on the other, to the large-scale transformation of a traditional society into a so-called "consumer society". The purpose of the study is to analyze the mechanism of non-violent management (so-called "soft power") of society based on the exploitation of the practices of "consumer society". The Genesis and functioning of the consumer society is one of the main modern global problems that attracts the attention of researchers from various fields of scientific knowledge. Modern consumer society is based on the following pillars: economic (mass consumption), social (urbanization) and ideological (the introduction of the "seem, not be" attitude into the mass consciousness). There is every reason to assert that the problem of the relationship of consumer society with its attributive features and the mechanisms of "soft power" in domestic and foreign science is not given due attention. This article aims to provide a brief analysis of these two phenomena in the above-mentioned context. According to A. Gramsci, holding power involves not only coercion, but also persuasion. Any state, regardless of which class is currently dominant, is based on two fundamental pillars – force and consent ("soft violence"). In terms of content, the desire to consume is the main motive of modern life. Therefore, the management of these motives is the core element of power strategies in modern society. This article is the first attempt to characterize the prospects for the evolution of the Russian segment of "consumer society" through the prism of the degradation of work ethics in Russia.

Keyword: "soft power", "consumer society", power technologies.

REFERENCES

1. Buneeva M.V. Teoreticheskie osnovy analiza obshchestva potrebleniya [Theoretical foundations of the analysis of the consumer society]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 6. Ekonomika*, 2011, no. 6, pp. 53–57.
2. Valevich E.S., Ilina A.N. Brending v obshchestve potrebleniya [Branding in the consumer society]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Sotsialnyye nauki*, 2015, no. 1, pp. 101–106.
3. Ovrutskiy A.V. Fenomenologiya obshchestva potrebleniya [Phenomenology of a consumer society]. *Obshchestvo. Sreda. Razvitiye*. 2011, no. 1 (18), pp. 127–131.
4. Panarin A.S. *Iskushenie globalizmom* [Temptation by globalism]. Moscow, EKSMO-Press Publ., 2002. 416 p.
5. Fedotova N.N. An analysis of cultural resources: soft power and identity. *Znanie. Ponimanie. Umenie*. 2016, no. 4, pp. 55–69. In Russ.
6. Gramshi A. *Tyuremne tetradi. Chast pervaya* [Prison notebooks. Part one]. Moscow, Izdatelstvo politicheskoy literatury Publ., 1991. 560 p.
7. Kara-Murza S.G. *Manipulyatsiya soznaniem* [Consciousness manipulation]. Moscow, EKSMO-Press Publ., 2001. 832 p.
8. Lisichkin V.A., Shelepin L.A. *Globalnaya imperiya zla* [Global empire of evil]. Moscow, Krymskiy Most–9D Publ., 2001. 448 p.
9. Glassman J.K. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement. Available at: <http://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm> (accessed 12.05.2020).
10. Nye J.S. *The Future of Power*. New York: Public Affairs, 2011. 300 p.

11. Wilson J. L. Soft Power: A Comparison of Discourse and Practice in Russia and China. *Europe and Asia Studies*. 2015, Vol. 67, pp. 1171–1202.
12. Miller Jacob, Tony Stovall. The «right to consume»? Re-thinking the dynamics of exclusion/inclusion in consumer society. *Consumption markets & Culture*. 2019, Vol. 22, pp. 568–581.
13. Zhang Weiwei Consumption, taste, and the economic transition in modern China. *Consumption markets & Culture*. 2020, Vol. 23, Issue 1, pp. 1–20.
14. Boot Arnoud, Thakor Anjan. Post-crisis evolution of banking and financial markets: Introduction. *Journal of Financial Intermediation*. 2018, Vol. 39. Available at: https://www.researchgate.net/publication/325784392_Post-Crisis_Evolution_of_Banking_and_Financial_Markets_Introduction (accessed 12.05.2020).
15. Dayong Zhang, David C. Broadstock. Global financial crisis and rising connectedness in the international commodity markets. *International Review of Financial Analysis*. 2018, Vol. 68, pp. 101–239.
16. Kara-Murza S.G. *Poteryanny razum* [Lost mind]. Moscow, Eksmo, Algoritm Publ., 2006. 736 p.
17. Makarevich E.F. Privlekatelnost myagkoy sily i sposoby ee izmereniya [The attractiveness of soft power and ways to measure it]. *PolitBook*, 2017, Vol. 1, pp. 30–48.
18. Mefodeva S.A. Praktiki kitayskikh i rossiyskikh SMI v rasprostraneni «myagkoy sily gosudarstv» (na primere ikh osveshcheniya v CCTV NEWS i RT) [Practices of Chinese and Russian media in the dissemination of "soft power of States" (on the example of their coverage in CCTV NEWS and RT)]. *Vlast*, 2019, no. 1, pp. 196–200.
19. Smirnov V.A. Current concepts of achieving political well-being: transformation of the concept of «soft power» in modern scientific discourse. *Journal of Wellbeing Technologies*. 2020, no. 1 (36), pp. 63–71. Available at: <http://jwt.su/journal/article/view/968/1029> (accessed 12 May 2020).
20. Rogozhina N.D. «Myagkaya sila» v politike Kitaya v strankh Yugo-Vostochnoy Azii [«Soft power» in China's policy in South-East Asia]. *Yugo-Vostochnaya Aziya: Aktualnye problemy razvitiya*, 2017, Iss. XXXIV, no. 34, pp. 24–33.

Received: 20 June 2020.