

УДК 130.2

Зрелищная культура как ресурс мягкой силы информационного общества

Тузовский Иван Дмитриевич

Кандидат культурологии,
доцент кафедры культурологии и социологии,
Челябинский государственный институт культуры,
454091, Российская Федерация, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а;
e-mail: idtuzovsky@gmail.com

Склярва Варвара Сергеевна

Аспирант, кафедра культурологии и социологии,
старший преподаватель кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников,
Челябинский государственный институт культуры,
454091, Российская Федерация, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а;
e-mail: varenka_sklyarova@mail.ru

Статья опубликована в рамках исследования по программе грантов Президента Российской Федерации для государственной поддержки ведущих научных школ Российской Федерации (Конкурс НШ-2018), проект «Культура как основа ценностно-духовной консолидации: потенциал культурного наследия и образы будущего».

Аннотация

В начале XXI в. отношение к различным политическим инструментам меняется. Все большую роль начинает играть мягкая сила – способность добиваться желаемого при добровольном участии союзников, привлекательности культуры и образа жизни, ценностей и публичной дипломатии. Авторы выделяют 8 атрибутивных свойств мягкой силы, которые получают наибольшие возможности реализации именно в информационном обществе. Мягкая сила имеет множество аспектов применения и источников возникновения, но именно культура является главным полем возникновения разнообразных источников формирования мягкой силы. Зрелищность выступает одним из важнейших компонентов культуры Цифровой эпохи. В современной культуре зрелищность является одним из основных аттрактивных факторов любого события. Обладая свойствами аттрактивности, эмоциональности и экзотичности, зрелище является подходящим инструментом / форматом для трансляции в глобальное культурное пространство культуры и образа жизни. Авторы сравнивают события, имеющие равный социальный авторитет и воспринимаемую значимость. Однако обнаруживается, что события, превращенные в зрелища, обладают большим потенциалом культурной инвазии и, таким образом, авторы приходят к выводу о том, что зрелищная культура может являться важным источником формирования мягкой силы.

Для цитирования в научных исследованиях

Тузовский И.Д., Склярова В.С. Зрелищная сила как ресурс мягкой силы информационного общества // Культура и цивилизация. 2018. Том 8. № 1А. С. 230-237.

Ключевые слова

Цифровая эпоха, информационное общество, мягкая сила, культурная политика, зрелищная культура, зрелище, церемония

Введение

В начале XXI в. человечество на политическом уровне осознало широту своих возможностей, открывающихся с развертыванием четвертой промышленной революции, и масштаб рисков и угроз, которые стали одновременно и последствиями всего предшествующего развития, и результатом поспешной и необдуманной утилизации новых технологий. Результатом этого стало определение на глобальном политическом уровне новой повестки дня, которая определяется тремя принципами: ответственностью перед будущими поколениями, гуманизмом и взвешенным планированием, – и долгосрочной рациональностью.

Начавшаяся цифровая эпоха произвела тектонические сдвиги буквально во всех сферах человеческой жизни и радикально поменяла облик человеческой цивилизации. Одной из таких перемен стала последовательная политика отказа от использования военной силы в отношениях между развитыми странами в пользу так называемой «мягкой силы».

Понятие и свойства «мягкой силы»

Концепция «soft power» была предложена американским политологом Дж. Наем в 1990 г. и до сих пор является предметом научных и практических политических дискуссий. Исследователь подразумевал, что «мягкая сила» представляет собой возможность политического актора достигать целей без принуждения при добровольном желании иных акторов. Най выделил три аспекта формирования мягкой силы [Nye, 2005; Nye, www]: культуру и образ жизни; политические ценности и публичную дипломатию.

Для российских исследователей исследование теоретических и прикладных вопросов «мягкой силы» осложняется невозможностью всеобъемлющего перевода этого концепта, поскольку слово *power* обладает широким спектром значений: сила, могущество, мощь, власть, энергия, каждое из которых позволяет по-разному выразить нюансы всего оборота в целом. При этом в некоторых российских работах мягкая сила воспринимается, скорее, в ключе манипуляций, внедрения идей и формирования «пятой колонны» [Новоселов, 2013; Леонова, 2015; Звягина 2012], нежели в контексте культурного и дипломатического обеспечения политического влияния государства.

Основываясь на анализе научной литературы и политической практики, мы можем выделить следующие *свойства* «мягкой силы» в цифровую эпоху.

Важнейшее отличие «мягкой силы» от «жесткой» заключается в том, что *ее ресурсы не расходуются, а транслируются. Она является релятивным ресурсом*, который возникает у политического актора лишь в том случае, если другой участник признает существование этого ресурса [Паршин, 2012, 16]. «Мягкая сила» *возникает и реализуется спонтанно* и не может быть направлена на достижение строго определенной цели, однако она обладает высоким

инвазивным потенциалом, для нее являются проницаемыми любые границы. При этом «мягкая сила» *обладает адресным и эмоциональным воздействием* – объект ее воздействия всегда – конкретные социальные группы и *производство эмоций и впечатлений*. Поэтому наряду с привлекательностью и интересом у одних социальных групп она порождает также отвращение и агрессивное неприятие у других. В отличие от «жесткой силы», которая обладает мгновенным действием, «мягкая сила» *обладает отсроченным или пролонгированным действием*. С течением времени аттрактивный характер опредмеченной «мягкой силы» может сменить полярность и стать ее «контрресурсом». И.В. Радиков и Я.В. Лексютина приводят весьма удачный пример такой метаморфозы, связанный с потенциалом «мягкой силы» СССР после победы над фашизмом и дальнейшего превращения ее в контрресурс [Радиков, Лексютина, 2012, 22]. Другой пример приводят О. Борох и А. Ломанов, анализируя трансформацию китайского информационного агентства Синьхуа из ресурса в контрресурс «мягкой силы» Китая [Борох, Ломанов, 2012]. Вопреки сложившейся аналитической практике «мягкая сила» *имеет отнюдь не только внешнее, но и внутреннее применение*. Сохранять притягательность собственной культуры и государства в целом для своего населения – одна из важнейших задач последнего. Можно сказать, что государство оперирует мягкой силой одновременно вовне и внутренне. Разговоры о необходимости культурного протекционизма начинаются тогда, когда внутренний ресурс «мягкой силы» одного государства очевидно ниже, чем внешний ресурс другого. Риторика культурного протекционизма часто звучит и в России, и в Китае и многих других государствах, по различным причинам не имеющих возможности реализовать ресурсы своей «мягкой силы» в полной мере [Борох, Ломанов, 2012].

В современном мире субъектами, обладающим «мягкой силой» все больше и больше становятся не только государства, но и частные корпорации, обладающие собственной идеологией, видением будущего, корпоративными идеалами, ценностями, культурой, политикой и т.д. Google, Apple, Microsoft, Amazon, Facebook, Walt Disney Company, Sony, Valve Corporation, Tesla Motors и SpaceX – все они постепенно превращаются в субъектов «мягкой силы» нового типа и это результат процессов экономических и социокультурных трансформаций Цифровой эпохи.

Культура как основополагающий ресурс «мягкой силы» в информационном обществе

Д.А. Звягина считает, что реальная структура «мягкой силы» складывается из трех *компонентов*: экономического влияния, культурного влияния и внешней политики / дипломатии, одновременно называя три ее *источника*: ценности, культуру и идеологию [Звягина, 2012, 136]. Позиция весьма уязвимая для критики! (но критики плодотворной). Культура включает в себя и идеологию и ценности; и ценности, определяющие экономические установки общества (например, консюмеризм или его антиподы – аскетизм и спартанство) все-таки остаются *культурными ценностями*. Поэтому мы будем исходить из того, что основным *источником* мягкой силы является *культура во всей ее целостности, многообразии и нерасчленимой полноте*. Однако там, где формируются прямые и обратные связи между культурой и другими сферами общественной жизни, возникают *частные источники или ресурсы* мягкой силы. Анализ широкого спектра научных публикаций позволил выявить большое число таких ресурсов:

1. *Экономические*: широта потребительского выбора; внутриэкономические успехи; репутация экспортных товаров; средне- и долгосрочная стабильность макроэкономической ситуации.

2. *Политические и гуманитарные*: соблюдение прав человека; гуманитарное реагирование на неполитические кризисы; реагирование на глобальные проблемы и степень участия в их *обсуждении* и решении; высокие рейтинги и имидж лидера; благоприятная миграционная политика; недавний успешный опыт модернизации; пацифистская политика; низкий уровень коррупции, криминальной и террористической угроз.

3. *Культурные*: высокий уровень развития науки; образовательные программы для иностранцев, научно-образовательные стажировки и обмены; пропаганда и распространение национального языка; высокий рейтинг культурного и рекреационного туризма в страну; социальная и политическая ответственность и активность медиа; популярный за пределами страны национальный кинематограф и само существование национальной школы кино; престижные премии в области искусства, конкурсы и фестивали; иноязычные телерадиовещание и интернет-проекты за пределами национальных границ; концертные гастроли национальных исполнителей за рубежом; историческое и культурное наследие; инновационные и конкурентноспособные культурные индустрии.

Этот перечень, конечно же, не является окончательным списком всех возможных конкретных источников мягкой силы, но он позволяет продемонстрировать две важные проблемы:

1) операционализировать и измерить «мягкую силу» чрезвычайно сложно в связи с большим разнообразием ее ресурсов, механизмов доставки инструментов реализации, о чем свидетельствует анализ, проведенный С.К. Песцовым и А.М. Бобыло [Песцов, Бобыло, 2015];

2) культурные источники мягкой силы, вероятно, играют ключевую роль в ее формировании.

Зрелище и зрелищная культура как источник «мягкой силы» в информационном обществе

Зрелищность выступает одним из важнейших компонентов культуры Цифровой эпохи. При всем многообразии интерпретаций этого понятия, можно выделить главнейшую для нас: это отражение характерного для определенной эпохи мировосприятия, основанного на чувстве красоты и других эстетически значимых категориях. Между тем, среди 2600 статей, опубликованных в России по тематике «мягкой силы» (данные РИНЦ), только 5 статей затрагивают вопросы связи зрелищной культуры и мягкой силы (частный случай кинематографа [см., напр., Ефимова, 2017; Лагкана, Мук, 2016; Паксютов, 2017; Тетерюк, Мягкая сила..., 2014; Тетерюк, Кинематограф как инструмент..., 2014]).

При всех возможных вариациях своих частных проявлений зрелище всегда является конструируемым в процессе культурной деятельности субъекта артефактом, основным назначением которого выступает *производство впечатлений*. Причем это обусловлено объективными аспектами антропо- и культурогенезиса.

Анализ материалов, посвященных основным характеристикам феномена зрелища, позволяет в качестве ведущих выделить следующие: зрелищность, эмоциональность и экзатичность, символичность, контекстуальность, функциональность, театральность, срежиссированность, подготовленность, игровой характер культурного действия, синтетичность, действенность, коллективность, симультанность.

В современной культуре зрелищность является одним из основных аттрактивных факторов любого события. Мы можем сказать, что для цифровой цивилизации верен тезис «всё есть шоу», но на практике ситуация еще сложнее. Даже живое зрелище сегодня скорее *гибридно*, поскольку в его создании используются различного рода технологии, в том числе – и визуальные технологии, формирующие дополненную реальность зрелища. Зрелище технически *транслируемо*, а технологии web 2.0 создают возможности для мгновенной обратной связи, таким образом, даже в технически транслируемое зрелище через технический же канал коммуникации все же вовлекаются живые участники со всей планеты.

Обладая свойствами аттрактивности, эмоциональности и экзатичности, зрелище является подходящим инструментом / форматом для трансляции в глобальное культурное пространство культуры и образа жизни. И посредством этого зрелище и культура, ориентированная на зрелищность, являются одним из важных компонентов мягкой силы.

Так, двумя наиболее престижными премиями в области киноискусства являются «Оскар» Американской киноакадемии и «Золотая пальмовая ветвь» (в определенные периоды – Гран-при) Каннского кинофестиваля. Причем, «Золотая пальмовая ветвь» в профессиональном сообществе даже считается более солидной и профессиональной наградой. Однако № 1 в мире кино – все-таки именно «Оскар». Вручение награды 10 из 24 номинаций которой напрямую связаны с эффектами *зрелищности* (операторская работа, визуальные эффекты, костюмы, грим и т. д.) само по себе является *зрелищем*, которое не только разворачивается вживую в театре «Долби» в Лос-Анджелесе, но и технически транслируется по всему миру. Хотя рейтинги трансляции церемонии вручения «Оскара» весьма сильно рознятся год от года, однако все же это событие привлекает к телеэкранам *десятки миллионов* американцев. Например, за последнее время одним из самых провальных сезонов стал Оскар 2016 г., который просмотрели «лишь» 34.3 млн американцев [Церемонию Оскара..., [www](#)]. Для сравнения, финальная серия 7 сезона самого высокорейтингового шоу американского кабельного телевидения – «Игры престолов» – получила лишь 12.7 млн. просмотров [‘Game of Thrones’ Season, [www](#)].

Технически производимые зрелища отнюдь не исчерпываются кинематографом. Огромную роль в современном мире играют компьютерные и видеоигры лидерство в производстве которых играют американские компании Activision Blizzard, Electronic Arts, Take-Two Interactive Software, THQ, японская Nintendo Company и французская Ubisoft Entertainment. Любопытно, что в рейтинге «мягкой силы» 2017 г. эти страны занимают 1 (Франция), 3 (США) и 6 (Япония) места соответственно [The Soft Power 30..., [www](#)].

Конечно, существующие системы операционализации и составления рейтингов «мягкой силы», как уже указывалось выше, страдают множеством недостатков и не точны. Мы можем лишь отметить, что кинематограф и компьютерные игры, будучи зрелищами первого порядка, создают и зрелища второго порядка: видеообзоры, рецензии, стримы, летсплеи, пародийные ролики, конкурсы косплея, ролевые игры живого действия и пр.

Даже частные корпорации извлекли уроки зрелищности не только в аспекте повышения своей капитализации, но и в формировании «мягкой силы». Илон Маск превратил запуск сверхтяжелой ракеты-носителя Falcon Heavy в подлинное шоу, обладающее высокой степенью зрелищности: отработка одновременной посадки двух вспомогательных ступеней, замена стандартного для испытательного полета бетонного блока или чугунной чушки в качестве имитаторов полезной нагрузки на ярко-красный спортивный электромобиль Tesla Roadster, из динамиков которого будет звучать песня «Space Oddity» («Космическая одиссея») Д. Боуи. Это не просто *рекламная акция*, но и попытка заработать симпатии миллионов людей по всему миру, ведь конечная цель эксцентричного миллиардера, изобретателя и шоумена – колонизация

Марса, невозможная без деятельного одобрения и участия многих людей, т.е. без приобретения его корпорацией ресурсов «мягкой силы».

Выводы

В цифровую эпоху впервые возникает глобальное пространство коммуникации. Оно радикально изменяет политическую «стоимость» культурных факторов, позволяя государствам и иным новым политическим субъектами добиваться своих целей, не применяя «жесткие» инструменты военного или экономического принуждения. Хотя инструменты «мягкой силы» применялись задолго до того, как их выявил американский политолог Дж. Най, именно в информационном обществе они становятся одним из ключевых факторов формирования глобального и долгосрочного могущества. Основные источники мягкой силы, очевидно, имеют прямо или косвенно культурный характер. И среди них систематическую недооценку получили зрелищные традиции конкретных культур, понимание зрелищности и реализация этого принципа в конкретных живых, гибридных или технически производимых зрелищах. Авторы впервые обращают внимание, что не только кинематограф, но именно зрелище в целом как таксон верхнего уровня всей систематики подобных явлений является важным источником формирования мягкой силы.

Библиография

1. Борох О., Ломанов А. От «мягкой силы» к «культурному могуществу» // Россия в глобальной политике. 2012. Т. 10. № 4. С. 54-67.
2. Ефимова М.Е. Специфика содержательных образов в современном испанском кино // Региональные процессы в глобализирующемся мире. Новосибирск, 2017. С. 73-78.
3. Звягина Д.А. «Мягкая сила»: структурный анализ // Инициативы XXI в. 2012. № 3. С. 135-137.
4. Лагкана Т., Мук В. Soft power Таиланда // Дискурс-Пи. 2016. Т. 13. № 2. С. 77-81.
5. Леонова О. Интерпретация понятия «мягкая сила» в науке // Обозреватель – Observer. 2015. № 2. С. 80-89.
6. Новоселов С.В. «Мягкая сила» информационного общества // Каспийский регион. 2013. № 3. С. 126-131.
7. Паксютов Г.Д. Китайская киноиндустрия: актуальные тенденции развития и социально-экономическое значение // Проблемы Дальнего Востока. 2017. № 6. С. 150-155.
8. Паршин, П.Б. Два понимания «мягкой силы»: предпосылки, корреляты и следствия // Вестник МГИМО Университет. 2014. № 2. С. 14-21.
9. Песцов С.К., Бобыло А.М. «Мягкая сила» в мировой политике: проблема операционализации теоретического концепта // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. № 2 (34). С. 108-114.
10. Радиков И.В., Лексютина Я.В. «Мягкая сила» как современный атрибут великой державы // Мировая экономика и международные отношения (МЭиМО). 2012. № 2. С. 19–26.
11. Тетерюк А.С. «Мягкая сила»: фактор кинематографа // Ежегодник Института международных исследований Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации. 2014. № 2. С. 170-177.
12. Тетерюк А.С. Кинематограф как инструмент «мягкой силы». Китайский казус // Геополитический журнал. 2014. № 5. С. 84-95.
13. Церемонию «Оскар» в 2016 году просмотрели 34,3 млн телезрителей. URL: <https://ria.ru/culture/20160229/1382203026.html>
14. ‘Game of Thrones’ Season 7 finale smashes more records for HBO. URL: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/more-tv-news/game-of-thrones-season-7-finale-smashes-more-records-for-hbo/>
15. Nye J.S. Soft Power: The means to success in world politics. PublicAffairs, 2005, 209 p.
16. Nye J.S. The Future of Power. URL: <https://books.google.ru/books?id=gp84DgAAQBAJ&hl=ru>
17. The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2017. URL: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf>

Spectacular culture as a resource of the soft power of the information society

Ivan D. Tuzovskii

PhD in cultural studies,
Associate professor at the Department of cultural studies and sociology,
Chelyabinsk State Institute of Culture,
454091, 36a Ordzhonikidze st., Chelyabinsk, Russian Federation;
e-mail: idtuzovsky@gmail.com

Varvara S. Sklyarova

Postgraduate at the Department of cultural studies and sociology,
Senior lecturer of the Department of directing theatrical performances and festivals,
Chelyabinsk State Institute of Culture,
454091, 36a Ordzhonikidze st., Chelyabinsk, Russian Federation;
e-mail: varenka_sklyarova@mail.ru

Abstract

At the beginning of the XXI century the attitude to violence as an instrument of politics has changed. American researchers first drew attention to non-violent instruments of political influence, primarily soft power (the ability to achieve what is desired with the voluntary participation of allies, which is based on the attractiveness of culture and lifestyle, political values and public diplomacy). Analyzing the “soft power” the authors identified 8 attributes that have great opportunities for implementation in the information society. Soft power has many origins and means of its utilization, but the main thing is the sphere of culture. Entertainment itself is the one of the most important components of the culture of the digital age. In the contemporary world, entertainment has become the main factor of attractiveness in the evaluation of any cultural event. Possessing the properties of attractiveness, emotionality and ecstasity, the spectacle is a suitable tool for broadcasting culture values and lifestyle into the global information space. The authors compare events that have equal social authority and perceived significance. However, it is found that events turned into spectacles have a great potential for cultural invasion and, thus, the authors come to the conclusion that spectacular culture can be an important source of soft power formation.

For citation

Tuzovskii I.D., Sklyarova V.S. (2018) Zrelishchnaya kul'tura kak resurs myagkoi sily informatsionnogo obshchestva [Spectacular culture as a resource of the soft power of the information society]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 8 (1A), pp. 230-237.

Keywords

Digital age, information society, soft power, cultural policy, spectacular culture, spectacle, ceremony.

References

1. Borokh O., Lomanov A. (2012) Ot “myagkoi sily” k “kul'turnomu mogushchestvu” [From “soft power” to “cultural power”]. *Rossiya v global'noi politike* [Russia in global politics], 10 (4), pp. 54-67.
2. Efimova M.E. (2017) Spetsifika sodержatel'nykh obrazov v sovremennom ispanskom kino [Specificity of meaningful images in modern Spanish cinema]. In: *Regional'nye protsessy v globaliziruyushchetsya mire* [Regional processes in a globalizing world]. Novosibirsk: NSU Publ., pp. 73-78.
3. ‘Game of Thrones’ Season 7 finale smashes more records for HBO. Available at: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/more-tv-news/game-of-thrones-season-7-finale-smashes-more-records-for-hbo/> (Accessed 13/11/2017).
4. Lagkana T., Muk V. (2016) Soft power Tailanda [Soft power of Thailand]. *Diskurs-Pi* [Discourse-Pi], 13 (2), pp. 77-81.
5. Leonova O. (2015) Interpretatsiya ponyatiya “myagkaya sila” v nauke [Interpretation of the concept of “soft power” in science]. *Obozrevatel'* [Observer], 2, pp. 80-89.
6. Novoselov S.V. (2013) “Myagkaya sila” informatsionnogo obshchestva [“Soft power” of the information society]. *Kaspiiskii region* [The Caspian region], 3, pp. 126-131.
7. Nye J.S. (2005) Soft power: the means to success in world politics. PublicAffairs.
8. Nye J.S. *The Future of Power*. Available at: <https://books.google.ru/books?id=gp84DgAAQBAJ&hl=ru> (Accessed 15/11/2017).
9. Paksyutov G.D. (2017) Kitaiskaya kinoindustriya: aktual'nye tendentsii razvitiya i sotsial'no-ekonomicheskoe znachenie [Chinese film industry: current trends of development and socio-economic significance]. *Problemy Dal'nego Vostoka* [Issues of the Far East], 6, pp. 150-155.
10. Parshin P.B. (2014) Dva ponimaniya “myagkoi sily”: predposylki, korrelyaty i sledstviya [Two understandings of “soft power”: preconditions, correlates and consequences]. *Vestnik MGIMO Universitet* [Herald of MGIMO-University], 2, pp. 14-21.
11. Pestsov S.K., Bobylo A.M. (2015) “Myagkaya sila” v mirovoi politike: problema operatsionalizatsii teoreticheskogo kontsepta [“Soft power” in world politics: the problem of operationalization of the theoretical concept] *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya* [Bulletin of Tomsk state university. History], 2, pp. 108-114.
12. Radikov I.V., Leksyutina Ya.V. (2012) “Myagkaya sila” kak sovremennyy atribut velikoi derzhavy [“Soft power” as a modern attribute of a superpower]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya (MEiMO)* [World economy and international relations], 2, pp. 19–26.
13. Teteryuk A.S. (2014) “Myagkaya sila”: faktor kinematografa [“Soft Power”: the factor of cinema]. *Ezhegodnik Instituta mezhdunarodnykh issledovaniy Moskovskogo gosudarstvennogo instituta mezhdunarodnykh otnoshenii (Universiteta) Ministerstva inostrannykh del Rossiiskoi Federatsii* [Yearbook of the institute for international studies of the Moscow state institute of international relations (university) of the Ministry of foreign affairs of the Russian Federation], 2, pp. 170-177.
14. Teteryuk A.S. (2014) Kinematograf kak instrument “myagkoi sily”. Kitaiskii kazus [Cinematography as an instrument of “soft power”. Chinese case]. *Geopoliticheskii zhurnal* [Geopolitical journal], 5, pp. 84-95.
15. *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2017*. Available at: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf> (Accessed 21/11/2017).
16. *Tseremoniyu “Oskar” v 2016 godu prosmotreli 34,3 mln telezritelei* [The Oscar in 2016 was watched by 34.3 million viewers] (2016). Available at: <https://ria.ru/culture/20160229/1382203026.html> (Accessed 15/11/2017).
17. Zvyagina D.A. (2012) “Myagkaya sila”: strukturnyi analiz [“Soft Power”: structural analysis]. *Initiativy XXI v.* [Initiatives of the XXI century], 3, pp. 135-137.