

УДК 316.72: 008:339.13**Коммодификация как один из способов современного культурного влияния****Гаспарян Людмила Сергеевна**

Кандидат политических наук,
начальник отдела аспирантуры и магистратуры,
Крымский университет культуры, искусств и туризма;
295017, Российская Федерация, Симферополь, ул. Киевская, 39;
e-mail: llukashevich@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена изучению процесса коммодификации культуры как одного из ключевых механизмов современного культурного влияния. Автор рассматривает культурное влияние как сложный процесс, включающий как популяризацию достижений высокой культуры, так и распространение продуктов массовой культуры. Это приводит к масштабному противоречию, которое, с одной стороны, способствует фрагментации культуры, а с другой – ее глобализации. Особое внимание уделено изменениям в структуре потребления, вызванным техническим прогрессом, которые приводят к сокращению ценностного компонента культуры, где экономическая составляющая преобладает над творчеством и духовными проявлениями. Автор подчеркивает, что основной чертой коммодификации является необходимость постоянно удерживать внимание публики, которая становится все более требовательной из-за медийного расширения. В статье процесс коммодификации культуры рассматривается на примере проведения современных Олимпийских игр, что позволяет проиллюстрировать, как культурные практики трансформируются под влиянием рыночных механизмов. Автор приходит к выводу, что коммодификация, с одной стороны, способствует популяризации культуры, а с другой – ведет к утрате ее глубинных ценностей и идентичности.

Для цитирования в научных исследованиях

Гаспарян Л.С. Коммодификация как один из способов современного культурного влияния // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 11А. С. 171-179.

Ключевые слова

Культура, массовая культура, культурные практики, ценности, медиа, идентичность, коммодификация.

Введение

Культурное влияние имеет огромное значение в современном мире. Оно предполагает как популяризацию достижений высокой культуры, так и распространение продуктов массовой культуры, что способствует возникновению масштабного противоречия, ведущего, с одной стороны, к фрагментации культуры, а с другой – к ее глобализации. Причем по мере развития коммуникативных технологий глобализационные процессы приобретают все большую значимость ввиду постоянного расширения количества участников, вовлеченных в данный процесс. Массовое тиражирование популярной культуры становится источником освоения нового культурного опыта и новых культурных смыслов в социальном пространстве и времени.

Немаловажную роль в данном процессе играют медиа, которые, по мнению У. Шрамма являются «мостом в более широкий мир, транспортом новых идей и моделей...» [Schramm, 1964, p. 27]. Но связь между реальными культурными практиками и тем, как они представлены, напрямую зависит от самого посредника – медиа, а точнее от тех, кто и как его использует. Именно медийная представленность за счет своего расширения становится показателем того, насколько культурные практики приживутся, то есть обрastут идеями, которые в них заложены, и в конечном итоге будут потребляемы [Горенкин, Гаспарян, Швецова, 2024, с. 26]. Поэтому процесс передачи информации становится одним из инструментов социальной инженерии. Так, еще Г. Маркузе утверждал, что современные технологии представляются нейтральными, а на самом деле используются для контроля над личностью через удовлетворение ее потребностей (в развлечении, расслаблении и т.д.) [Маркузе, 2011].

Основное содержание

Изменения в структуре потребления, связанные с техническим прогрессом, приводят к стремительному сокращению ценностного компонента культуры, где экономическая составляющая ставится на порядок выше творчества и духовного проявления. В последнее время появилось и получило распространение такое понятие как коммодификация культуры, означающее превращение культуры в денежную стоимость, в товар всеобщего пользования. Процесс коммодификации Е. Д. Шетулова и А. А. Никитина описывают следующим образом: «товаром становится само бытие культуры, т. е. процесс, продукт как таковой, его смысловое наполнение, его визуальная или аудиальная составляющая, история, эмоции и переживания реципиента, все, что представляет собой деятельность, все ее производные включены в коммодификацию» [Шетулова, Никитина, 2021, с. 19]. То есть, процесс коммодификации соединяет культуру как источник, определяющий форму, и рынок как пространство, где реализуется данная форма [Шетулова, Никитина, 2021, с. 186]. Культура распадается на идеи, выраженные в технологических продуктах: клипах, дайджестах, концертах, выставках, книгах, разного рода шоу и т.д.

Концепция индустриального производства культурных благ впервые появилась в книге Т. Адорно и М. Хоркхаймера «Диалектика просвещения». Они утверждали, что в капиталистических обществах основная тенденция была направлена на производство культуры как предмета потребления. Авторы говорили, что продукты культуры отражают метод управления, тип технологической рациональности и организационных схем, подобно массово производимым индустриальным товарам. Такое производство ведет к стандартизации, в результате которой появляется массовая культура, состоящая из серии объектов, несущих

печать современной индустрии.

Процесс коммодификации порождает особый род идей, которые утрачивают свое первоначальное значение и обрастают новыми смыслами. Именно новые смыслы и манипуляция ими делают коммодификацию не только успешной технологией обработки культуры, но и одним из самых эффективных способов влияния на человека, потому как любой элемент культуры, реконструируемый в настоящем, как пишет Р. Смирнова, «становится «изобретенным», так как в рамках современной социокультурной реальности теряет своё прошлое значение и превращается в продукт всеобщего потребления» [Смирнова, 2020, с.118].

Тенденции, которые порождает процесс коммодификации, можно представить следующим образом:

- происходит утрата аутентичности культуры – она теряет свою изначальную ценность и смысл, адаптируясь под требования рынка и массового потребления;
- наблюдается стандартизация и упрощение культуры вследствие повышения коммерческой привлекательности;
- появляется четкая сегрегация на элитарную и массовую культуру;
- происходит вытеснение локальных культур;
- обесценивается человеческий труд и ценность произведений, создающихся в процессе творческой деятельности.

Подобные стратегии порождают новую социальность, новый фокус, точку зрения, или, как называл это Гофман, «новый фрейм». Каркас этого фрейма задает сетевая структура, формирующаяся благодаря постоянно расширяющемуся доступу к сети. Сетевой принцип взаимодействия создает предпосылки для появления новой формы самоопределения, сочетающей в себе как реальный, так и виртуальный опыт человека. В новых условиях идентификация с какой-то узкой группой или эксклюзивной сетью взаимосвязей слабеет, тогда как возрастает сеть зависимостей в глобальном масштабе. В этой структуре зарождается так называемая «гибридная идентичность», формирующаяся вследствие постижения новых культурных практик. Впоследствии такая плавающая или гибридная идентичность может стать серьезным дестабилизирующим фактором в формировании национальной идентичности. А между тем, как справедливо отмечает Д.Г. Евстафьев, «интеграция России в западоцентричный мир по-настоящему споткнулась не на геополитической или экономической, а именно на социокультурной теме – необходимости принять концепцию сверхтолерантности, предполагавшую отказ от целого ряда культурных и социальных традиций и ценностей» [Евстафьев, Цыганова, 2021, с. 138]. Идентификационные вызовы глобализации встретили мощное сопротивление со стороны носителей традиционных, духовных ценностей. В этой связи важным становится поиск ответа на вопрос: «как уберечь сложившуюся систему от ежедневного влияния того, что мы называем новыми, гибридными идентичностями»? Как в процессе технологических изменений сохранить элементы архаичности культуры?

Культура в данном контексте выступает базовой единицей сборки. Здесь следует привести определение Г.Хофстеде, согласно которому культура представляет собой коллективное программирование мыслей, отличающее одну категорию людей от другой. Человеческое поведение в этой связи становится в некоторой степени предсказуемым, поэтому важным в этой связи становится формирование и распространение традиционных ценностей как одного из базовых элементов реализации внешней политики в современном мире и позволяет наиболее эффективным образом решать задачи обеспечения национальных интересов, сохранения национальной идентичности и культурного многообразия в условиях нарастающих глобальных

вызовов. В последнее время мы и вовсе наблюдаем тенденции, когда сфера культуры становится ключевой для межгосударственной конкуренции.

Данное понимание наиболее явно стало проявляться после валдайской речи Владимира Путина в октябре 2013 г., в которой он заявил, что евроатлантические страны отходят от своих корней, «в том числе и от христианских ценностей, составляющих основу западной цивилизации», что в этих странах «проводится политика, ставящая на один уровень многодетную семью и однополое партнёрство, веру в бога или веру в сатану», а «люди стыдятся и боятся говорить о своей религиозной принадлежности» [Заседание международного дискуссионного клуба «Валдай» // Президент России. 19.09.2013, [www...](http://www.kreml.ru)]. По его словам, чтобы российская «мягкая сила» была эффективна, в первую очередь нужно «...относиться с уважением к себе, к своей истории, к своей культуре» [Мисливская, 2021].

Процесс, когда в рамках реализации государственной политики культура приобретает второстепенное значение, ведет к деконструкции идентичности. Отсутствие четкого ощущения идентичности является сегодня существенной проблемой, которая ускоряет медленные социальные трансформации, требуемые для экономического развития [Schramm, 1964], но серьезным образом размывает основы традиционных культурных ценностей. Сверхплотность передаваемой информации, где виртуальные образы становятся лишь поддельной копией реального физического объекта, соединяет и разрушает национальные традиции, создавая проекцию культуры, ее копию, не имеющую ничего общего с реальной действительностью. В этой связи существует глубокая убежденность в том, что поиск возможностей гармонизации традиционных социокультурных ценностей, исторических национальных особенностей в соединении с последними техническими достижениями представляет одну из важнейших задач – изучения трансформации культуры.

Основной характерной чертой процесса коммодификации, охватившего современное пространство культуры, является необходимость постоянно удерживать внимание публики, которая становится все более требовательной и придирчивой, вследствие медийного расширения. Вновь возрождаемые элементы культуры постоянно подвергаются рефлексии со стороны ее современных носителей. Поэтому любой элемент культуры, реконструируемый в настоящем, становится как бы вновь «изобретенным», так как в рамках современной социокультурной реальности теряет своё прошлое значение. Одним из наиболее ярких примеров коммодификации культуры является проведение Современных олимпийских игр. 6 апреля 2024 года исполнилось ни много ни мало, а 128 лет со дня проведения первых современных Олимпийских игр. По сути, это событие претендует на статус самого зрелищного и захватывающего мероприятия, одномоментно привлекающего внимание огромной аудитории со всего мира. Встраивание данного события в широкий социальный контекст делает его важным социокультурным явлением. Использование данного события в качестве инструмента культурного влияния позволяет расширять диалог между гражданами своей страны и внешней аудиторией, формировать у зарубежной аудитории положительные взгляды на цели и ход реализации проводимой государством внешней и внутренней политики, создавать условия для добровольного принятия этой аудиторией соответствующих установок, повышающих имидж государства, а нередко – выступающих предпосылкой встраивания этого государства в систему международных отношений.

Глобальный характер участия в Олимпийских играх отражает статистика, которую фиксирует В.Пасынкова в статье «Олимпийские игры в процессе глобальной спортизации: сравнительный анализ мегасобытий» [Пасынкова, 2013]. Описывая эволюцию данного

спортивного мероприятия, они отмечают, что если «в первых Олимпийских играх 1896 г., по данным МОК, приняли участие 14 стран, большая часть которых представляла Европейский континент, то начиная с Игр 1988 г. в Сеуле мы наблюдаем максимальное национальное представительство. В настоящее время Олимпийское движение включает более 200 национальных олимпийских комитетов, что превосходит количество стран, входящих в Организацию Объединенных наций (193) и фактическое количество государств-участников Олимпийских игр, поскольку в ряде стран (например, Китае) МОК признает более одного национального комитета» [Пасынкова, 2013, с. 64]. В последних летних Олимпийских играх, проходивших в Париже в 2024 году, приняли участие команды из 208 стран, включая спортсменов из России и Белоруссии, а также олимпийскую сборную беженцев.

Помимо расширения состава участников, следует также отметить тенденцию увеличения количества субъектов, вовлеченных в данное мероприятие. На открытии Игр в Париже присутствовало более 10,5 тыс. спортсменов из 208 стран, а также 120 глав государств и членов правительств. Олимпийские игры 2024 года установили и новый мировой рекорд по количеству проданных билетов: по данным МОК было продано 8,6 миллиона билетов, что «побило» предыдущий рекорд Олимпийских игр 1996 года в Атланте с 8,3 миллионами продаж [Эрдниева, www...]. Еще более впечатляюще по масштабу вовлеченности выглядит статистика просмотров Олимпийских игр. Так, по данным Publicis Sport & Entertainment Игры в Пекине в 2022 году смотрели 2,01 млрд телезрителей [International Olympic Committee, 2022], что на 5% больше, чем во время предыдущей Олимпиады в 2018 г. В Париже данный показатель достиг уровня 2,18 млрд телезрителей. Также по данным Publicis Sport & Entertainment во время Олимпийских игр в Пекине также наблюдался рост интернет-аудитории. Количество уникальных пользователей, смотревших трансляции через веб-платформы и приложения, составило 68 млн человек. Это более чем в два раза превышает интернет-аудиторию во время Игр-2018 [Ведомости, 2022].

Рост интереса, то есть, возрастающий массовый характер Олимпийских игр, подчеркивает О.А. Наумов отмечая, что «интерес к спорту в мире и внимание аудитории намного превышают интерес к политическим новостям и даже кинематографу, что характеризует колоссальные пропагандистские возможности спорта» [Наумов, 2017, с. 30].

Так, анализируя данные за 2020 год, мы видим, что наибольший охват ТВ-аудитории в России показали Церемонии открытия и закрытия Олимпийских игр (Olympic games 2020). Трансляцию открытия на «Первом канале» 23 июля смотрели 13,6% жителей страны. Зрителями церемонии закрытия 8 августа стали 10,6% населения. Следом идет трансляция Премии Муз-ТВ – охват события составил 9,2% [Ромир, 2022].

Нельзя обойти стороной и экономическое влияние, которое оказывают современные Олимпийские Игры. Согласно отчету, подготовленному Центром права и экономики спорта (Centre de Droit et d'Economie du Sport), при лучшем раскладе последние Олимпийские игры в Париже могут принести данному региону наследие в виде 11-14 млрд евро в течение 17-летнего (с 2018 по 2034 гг.) периода. По среднему прогнозу экономический эффект от проведения Олимпиады составит около 9 млрд евро, в то время как по худшему сценарию ожидается 6,7 млрд евро [Ярошенко, www...].

Объединяющим эффектом обладает и Олимпийский символ в виде пяти колец, который впервые появился в июле 1913. Данный символ за прошедшие более 100 лет приобрел мировую известность и может рассматриваться в качестве мощного инструмента аккумуляции, фиксации и трансляции культурно-исторического опыта. Пять колец олицетворяют единство пяти континентов (Африка, Европа, Южная и Северная Америка, Азия, Австралия с Океанией) и встречу атлетов со всего мира во время Игр. Однако, распространение традиционного значения

данной символики в контексте рассматриваемого процесса коммодификации претерпевает существенные изменения, когда так называемая «встреча атлетов со всего мира» начинает подчиняться политическим и экономическим правилам. Мы становимся свидетелями того, как традиционные ценности подвергаются рефлексии со стороны их современных носителей.

Так, наиболее резонансным событием на последней парижской Олимпиаде стал сюжет открытия Игр: пародийная интерпретация священного символа для миллионов людей христианской веры, одного из наиболее значимых произведений искусства «Тайной вечери» - монументальной росписи, созданной Леонардо да Винчи в XV. Данная пародия многими была воспринята как грубая и безвкусная насмешка над вечными ценностями, а греческий портал Prognosis и вовсе назвал данное событие «крахом цивилизации и христианской культуры в Западной Европе». В Ватикане заявили, что такой перформанс продемонстрировал нехватку «уважения к другим». «Святой Престол был опечален несколькими сценами церемонии открытия Олимпийских игр в Париже и не может не присоединиться к голосам, поднявшимся в последние дни, которые осуждают оскорбление, нанесённое многим христианам и верующим других религий», – утверждает пресс-релиз Ватикана.

Негативное мнение относительно данного сюжета высказали также основатель SpaceX и Tesla Илон Маск, «Это невероятное неуважение к христианам!» – написал во время церемонии Илон Маск. Премьер-министр Венгрии Виктор Орбан заявил, что церемония открытия Олимпийских игр в Париже показала отсутствие у Запада представлений о культуре и общественной морали. Пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков заявил ТАСС, что на церемонии «имели место совершенно отвратительные моменты», и выразил сожаление, что МОК такое согласовал.

Оргкомитет Международного Олимпийского Комитета в свою очередь заявил, что никогда не было никакого намерения проявить неуважение к какой-либо религиозной группе или убеждению. Они подтвердили, что их целью было прославление общности и толерантности. В оргкомитете также заявили, что если кого-то обидели определенные сцены, то это было совершенно непреднамеренно.

По факту, заявление вышло после трансляции прямого эфира, которую уже посмотрели миллионы телезрителей. Замена традиционных религиозных ценностей трендовыми нарративами ведет к размыванию национальных границ и к потере истины. Оказываясь под воздействием процесса коммодификации, современные Олимпийские игры утрачивают свое традиционное значение. Как справедливо отмечает Андрей Адельфинский: «Пьер де Кубертен, наверное, удивился бы, увидев, каким стало его детище в первой четверти XXI века» [Адельфинский, www...].

Заключение

Деконструкция социокультурного пространства ведет к возникновению новой культуры. На примере сцены, напоминающей «Тайную вечерю», мы становимся свидетелями того, как священные символы теряют свое первоначальное значение и обрастают новыми смыслами. Эти смыслы, в отсутствии других предложений, становятся единственными маяками в процессе адаптации к современности и способствуют формированию гибридной идентичности, которая может рассматриваться как в качестве источника модернизации, так и фактора дезинтеграции. Самое главное, чтобы в процессе данной дезинтеграции не появилось основание для осуществления действий, направленных против национальных интересов своих стран, а линии разлома, о которых писал С. Хантингтон, не проходили внутри суверенных государств.

Библиография

1. Адельфинский А. интервью подготовлено специально для передачи «Международное обозрение» Россия 24/ Россия в глобальной политике URL: <https://globalaffairs.ru/articles/sport-adelfinskiy/>.
2. Ватикан высказался по поводу «Тайной вечери» на открытии Олимпиады Служба новостей /ForPost. URL: <https://sevastopol.su/news/vatikan-vyskazalsya-po-povodu-taynoy-vecheri-na-otkrytii-olimpiady>
3. Евстафьев Д.Г., Цыганова Л.А. Разрыв времени, реванш пространства // Россия в глобальной политике. 2021. Т. 19. No. 5. С. 138-153.
4. Заседание международного дискуссионного клуба «Валдай» // Президент России. 19.09.2013. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/19243>
5. Наумов А. О. Спортивная дипломатия как инструмент «мягкой силы» // Мировая политика. 2017. № 4. С. 32–43.
6. Никитина А. А. Коммодификация как фактор формирования целостности личности в современных социокультурных условиях // Гуманитарий Юга России. 2017. Том. 6. № 6. С. 182-190.
7. Маркузе Г. Критическая теория общества: Избранные работы по философии и социальной критике. М.: АСТ, Астрель, 2011. 384 с.
8. Мисливская Г. Путин: Чтобы «мягкая сила» работала, надо уважать себя//официальный сайт газеты RGRU от 21.10.2021/URL: <https://rg.ru/2021/10/21/putin-chtoby-miagkaia-sila-rabotala-nado-uvazhat-sebia.html>
9. Олимпиада по-французски: открытие игр четырехлетия ужаснуло /Минская правда URL:<https://mlyn.by/28072024/olimpiada-po-francuzski-otkrytie-igr-chetyrehletiya-u-zhasnulo-ves-mir/>
10. Олимпиаду в Пекине посмотрели более 2 млрд телезрителей Ведомости.Спорт 25 октября 2022 <https://www.vedomosti.ru/sport/others/news/2022/10/25/947192-olimpiadu-v-pekine-posmotreli-bolee-2-mlrd-telezritelei>
11. Олимпийские игры стали самым просматриваемым событием 2021 года 10 Января 2022. Ромир URL: <https://romir.ru/studies/olimpiyskie-igry-stali-samym-prosmatrivaemym-sobytiem-2021-goda-na-rossiyskom-tv>
12. Орбан: церемония открытия Олимпиады показала отсутствие у Запада общей морали/ Коммерсант. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6862810>
13. Оргкомитет Игр-2024 почти достиг цели по доходам от спонсоров в 1,24 млрд евро Сергей Ярошенко. Ведомости URL: <https://www.vedomosti.ru/sport/olympics/articles/2024/05/15/1037414-sponsori-olimpiad-i-v-parizhe>
14. Пасынкова В. Олимпийские игры в процессе глобальной спортизации: сравнительный анализ мегасобытий / В. Пасынкова // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. №5. С. 54-69.
15. Смирнова, Р. А. Системы ценностей и их идеологическое обоснование / Р. А. Смирнова // Вест. БДПУ. Сер. 2, Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. 2020. № 2. С. 117–120.
16. Социокультурные практики в контексте современной действительности / В. А. Горенкин, Л. С. Гаспарян, А. В. Швецова // Культурная жизнь Юга России. 2024. № 2 (93). С. 21-28.
17. «У нас получилось!»: как церемония открытия Игр-2024 возмутила Маска, Трампа и Корею/ Forbes. URL:<https://www.forbes.ru/sport/517840-u-nas-polucilos-kak-ceremonia-otkrytia-igr-2024-vozmutila-mask-trampa-i-koreu>
18. Шетулова, Е. Д., Никитина, А. А. Проблема разрешимости антропологического кризиса в условиях современного социокультурного бытия / Е. Д. Шетулова, А. А. Никитина // Вестник Вятского государственного университета. 2021. №2(140). С. 16-23.
19. Эрдниева К. На Олимпиаду в Париже продано рекордное количество билетов// Forbs.ru <https://www.forbes.ru/sport/516721-na-olimpiadu-v-parize-prodano-rekordnoe-kolicestvo-biletov>
20. Beijing 2022 Audience and insights reports. International Olympic Committee, October 2022. file:///D:/Users/User1/Downloads/2022%20-%20IOC%20-%20Beijing-2022-Audience-Insights-Report.pdf
21. Schramm W. Mass media and national development: the role of information in the developing countries. Stanford, CA: Stanford University Press, 1964. 333p.

Commodification as a Means of Contemporary Cultural Influence

Lyudmila S. Gasparyan

PhD in Political Sciences,
Head of the Postgraduate and Master's Department,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
295017, 39 Kievskaya str., Simferopol, Russian Federation;
e-mail: lukashevich@mail.ru

Abstract

The article examines the process of cultural commodification as one of the key mechanisms of contemporary cultural influence. The author considers cultural influence as a complex process that includes both the popularization of achievements of high culture and the dissemination of mass culture products. This leads to a large-scale contradiction that, on the one hand, contributes to the fragmentation of culture, and on the other hand, to its globalization. Special attention is paid to changes in consumption patterns caused by technological progress, which lead to a reduction in the value component of culture, where the economic aspect prevails over creativity and spiritual manifestations. The author emphasizes that the main feature of commodification is the need to constantly hold the attention of the audience, which is becoming increasingly demanding due to media expansion. The article examines the process of cultural commodification using the example of modern Olympic Games, illustrating how cultural practices are transformed under the influence of market mechanisms. The author concludes that commodification, on the one hand, contributes to the popularization of culture, and on the other hand, leads to the loss of its deep values and identity.

For citation

Gasparyan L.S. (2024) Kommodifikatsiya kak odin iz sposobov sovremennogo kulturnogo vliyaniya [Commodification as a means of contemporary cultural influence]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (11A), pp. 171-179.

Keywords

Culture, mass culture, cultural practices, values, media, identity, commodification.

References

1. Adelbinsky A. I., who first proposed for publication the "International Review" Russia 24/ Russia in Global Politics URL: <https://globalaffairs.ru/articles/sport-adelfinskiy/>.
2. The Vatican spoke in favor of giving a "Secret example" for the opening of the Olympics by the News Service /ForPost. URL: <https://sevastopol.su/news/vatikan-vyskazalsya-po-povodu-taynoy-vecheri-na-otkrytii-olimpiady>
3. Evstakhiev D.G., Shiganova L.A. The breakthrough of time, the Republic of Belarus // Russia in world politics. 2021. Vol. 19. No. 5. pp. 138-153.
4. Meeting of the Valdai International Discussion Club // President of Russia. 19.09.2013. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/19243>
5. Naumov A. O. Sports diplomacy as a tool of "soft power" // World Politics. 2017. No. 4. pp. 32-43.
6. Nikitina A. A. Commodification as a factor in the formation of personality integrity in modern socio-cultural conditions // Humanities of the South of Russia. 2017. Volume. 6. No. 6. pp. 182-190.
7. Marcuse G. Critical theory of society: Selected works on philosophy and social criticism. Moscow: AST, Astrel, 2011. 384 p.
8. Mikhailovskaya G. Way: In order for "soft power" to work, you need to respect yourself//The official website of the RGRU newspaper dated 10/21/2021/URL: <https://rg.ru/2021/10/21/putin-chtoby-miagkaia-sila-rabotala-nado-uvazhat-sebia.html>
9. Olympiad in French: the opening of the quadrennial games horrified / Minsk region URL:<https://mlyn.by/28072024/олимпиада> In French, the-opening-of-the-four-year-old-game-horrified-the-world/
10. The Beijing Olympics were watched by over 2 million viewers.Until October 25, 2022 <https://www.vedomosti.ru/sport/others/news/2022/10/25/947192-olimpiadu-v-pekinge-posmotreli-bolee-2-mlrd-telezritelei>
11. The Olympic Games became the most viewed event of 2021 on January 10, 2022. EMAIL ADDRESS: <https://romir.ru/studies/olimpiyskie-igry-stali-samym-prosmatrivaemym-sobytiem-2021-goda-na-rossiyskom-tv>
12. Orban: The Olympic opening ceremony showed the West's lack of common morality/ The merchant. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6862810>
13. The Organizing Committee of the 2024 Games has almost reached the goal of 1.24 billion euros in revenue from sponsors, Sergey Yaroshenko. Link to the publication: <https://www.vedomosti.ru/sports/Olympic>

-
- Games/articles/2024/05/15/1037414- sponsors of the Paris Olympics
14. Pasinkova V. Olympic Games in the process of global sportization: a comparative analysis of mega-events / V. Pasinkova // Journal of Sociology and Social Anthropology. 2013. No. 5. pp. 54-69.
 15. Smirnova, R. A. Value systems and their ideological justification / R. A. Smirnova // Ves. BDPU. Ser. 2, History. Filosofiya. Palitalogia. Social studies. Ekanomika. Cultural studies. 2020. No. 2. pp. 117-120.
 16. Sociocultural practices in the context of modern reality / V. A. Gorenkin, L. S. Gasparyan, A.V. Shvetsova // Cultural life of the South of Russia. 2024. No. 2 (93). pp. 21-28.
 17. "You were happy!": just the opening of the 2024 Game had the effect of Mask, Drama and Cor/ Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/sport/517840-u-nas-polucilos-kak-ceremonia-otkrytia-igr-2024-vozmutila-masku-trampa-i-koreu>
 18. Shetulova, E. D., Nikitina, A. A. The problem of solvability of the anthropological crisis in the conditions of modern sociocultural existence / E. D. Shetulova, A. A. Nikitina // Bulletin of Vyatka State University. 2021. No. 2(140). pp. 16-23.
 19. Erdnieva K. A record number of tickets were produced at the Olympics this year// Forbs.ru <https://www.forbes.ru/sport/516721-na-olimpiadu-v-parize-prodano-rekordnoe-kolicestvo-biletov>
 20. Audience reports and analytical findings from Beijing 2022. International Olympic Committee, October 2022. file:///D:/Users/User1/Downloads/2022%20-%20IOC%20-%20Beijing-2022-Audience-Analytical-Report.pdf
 21. Schramm, U. Mass media and national development: the role of information in developing countries. Stanford, California: Stanford University Press, 1964. 333 pp.