

Марков А.П.

д.п.н., доктор культурологии, заслуженный деятель науки, профессор кафедры философии и культурологии Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов

СТРАТЕГИИ И РЕСУРСЫ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ РОССИИ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ключевые слова: *информационное общество, геополитическая конкуренция, образ государства, информационные войны, стратегии «мягкой силы», национальный брендинг, национальная идея, цивилизационный проект России.*

Keywords: *information society, geopolitical competition, state image, information wars, soft-power strategies, national branding, national idea, civilization project of Russia.*

Драму сегодняшнего этапа развития цивилизации определяют ключевые разломы ее мировоззренческих матриц, которые обнаруживаются, практически, во всех областях и сферах жизнедеятельности человека и общества. В последние два десятилетия стремительно расширяется пространство глобальных конфликтов, последствия которых не всегда поддаются прогнозу. Мир столкнулся с несколькими типами международных конфликтов: традиционные конфликты между национальными государствами, источником которых являются противоречия национальных интересов, культурно-цивилизационные, этнические и религиозные противоречия, конфликты, возникающие в результате усилий великих держав установить свою гегемонию над другими государствами¹. В отношениях между великими державами «господствует конфронтация, в лучшем случае – возрастающее соперничество», которое в последнее время «обретает характер провокаций, приближающих мир к «точке невозврата» к привычным параметрам человеческой цивилизации².

Усиление геополитической конкуренции и наращивание агрессивного информационного противодействия со стороны гегемонов западной цивилизации актуализирует задачу обеспечения духовной безопасности нации. Опасность духовного кризиса – в отсутствии внешне фиксируемых свидетельств и признаков, поэтому общество не может своевременно осознать и квалифицировать жизненно важные изменения духовного плана, порождающие дезорганизацию общества и блокирующие защитные силы культуры, снижающие полноту жизни, лишая энергии и смысла человеческую активность. В острой фазе кризис может принять необратимую форму, ведущую к катастрофе и гибели всей системы, поэтому насущной необходимостью в такой ситуации становится разработка и реализация стратегий национального развития, блокирующих деструктивные факторы внутреннего и внешнего плана и обеспечивающих многоплановую конкурентоспособность России в современном мире.

Однако стратегии национального развития в глобальном информационном обществе становятся значимым фактором геополитической конкуренции в том случае, если они интегрированы в привлекательный для мира «образ будущего», являются его составной частью. Позитивное восприятие образа страны мировым сообществом, имиджа государства и его лидера становятся важнейшим символическим ресурсом формирования геополитических стратегий и условием их реализации. На мировых площадках страны конкурируют друг с другом за доверие инвесторов, за привлекательность территории как туристического объекта, за взаимовыгодные партнерские отношения с государствами и бизнес-элитой. Позитивный образ государства выполняет весьма значимые функции, обеспечивая приток инвестиций в экономику, стимулируя межкультурные связи и контакты, расширяя пространство взаимовыгодных партнерских отношений, в том числе в сфере международной политики. Имидж определяет репутацию страны и гарантирует ожидаемое качество межкультурных коммуникаций, конструктивность политического диалога и интенсивность экономического сотрудничества, а для народа эти «символические оболочки» национального бытия являются основаниями идентичности граждан, обеспечивают национальную гордость и достоинство. Не случайно на формирование позитивного имиджа страны (в том числе на развитие «третьего сектора» и публичной дипломатии, которая рассматривается в качестве важнейшего направления современных информационных войн) США тратят в год более \$1 млрд. государственных инвестиций (плюс \$2 млрд. частных), Великобритания и Франция – по \$1 млрд., Германия – \$218 млн., Япония – \$210 млн.³ Важнейшим каналом трансляции национальных стратегий в структуре «образа будущего» является институт масс-медиа, позволяющий «одержать победу» умелым сочетанием «больших и малых сил» (Сунь-цзы).

¹ Вятр Е.И. Национальная безопасность в небезопасном мире: перспективы центральной Европы // Международные Лихачевские научные чтения «Контуры будущего в контексте мирового культурного развития». СПбГУП, 2018. – <http://www.lihachev.ru/chten/2018/plen>

² Громыко Ан.А., Громыко Ал.А. Точки опоры международного порядка // Международные Лихачевские научные чтения «Контуры будущего в контексте мирового культурного развития». СПбГУП, 2018. – <http://www.lihachev.ru/chten/2018/plen>

³ Най Дж. Гибкая власть. – Новосибирск; Москва, 2006. – С. 171.

Для наращивания ресурсов многоплановой конкурентоспособности России информационно-смысловые дискурсы миру целесообразно сконцентрировать в рамках трех стратегий:

Первая стратегия: *утверждение позитивного образа страны (и народа)* – через трансляцию системы национальных и региональных брендов (городов, художественных и научных школ, торговых марок и т.д.), демонстрирующих базовые историко-культурные ресурсы и геополитические преимущества¹. Встроенные в систему массовых коммуникаций бренды должны «высвободить» скрытое содержание и актуализировать глубинные смыслы образа России в рамках трех приоритетов:

1. Повышение статусного положения России в мире, *и прежде всего путем продвижения по глобальным каналам коммуникаций ее «культурно-символического капитала»*. Решение этой задачи предполагает целенаправленные усилия по следующим направлениям: а) популяризация национальных достижений в значимых для большинства регионов и стран областях: в науке, медицине, спорте, в области гуманитарных технологий; б) пропаганда историко-культурного наследия (и прежде всего через выдающиеся достижения в области искусства). Данный ресурс русской культуры сегодня востребован миром и эффективно содействует позиционированию России как мирового лидера в области художественной культуры. В то же время это направление нуждается в концептуализации, в усилении его проектной составляющей. Не случайно в качестве недостатка современной имиджевой стратегии России и ее национального брендинга называют отсутствие яркого национального колорита – «русского духа», особой «русскости», которыми были отмечены известные успехи России на парижской Всемирной выставке 1900 года². «Русский стиль» должен войти в моду, и прежде всего внутри самой России, а уже потом и в мире³. Сегодня необходимо сформировать нечто вроде «национального текста культуры», в состав которого войдут ключевые художественные произведения, которые сотворили и поддерживают образ страны, ее народа, а также двух столиц – Москвы и Санкт-Петербурга; в) позиционирование образами референтных личностей, значимых для выживания мира и понимания перспектив развития цивилизации национальных ценностей – солидарности, взаимопомощи, ответственности, патриотизма, доблести, законопослушности. В позитивном ключе можно подать нашу духовность, чувство справедливости (которое выше закона!), способность к сочувствию и состраданию, постоянный и напряженный поиск смысла жизни, высокое чувство долга и служение идеалам, бескорыстие и подвижничество. Это позволит вернуть уважение к русской культуре и вызвать симпатию к русскому миру со стороны народов и стран «третьего мира», помещенных несправедливой политикой «золотого миллиарда» в зону геополитической и экономической депривации.

2. Демонстрация уникального «человеческого капитала», *и прежде всего ментальных особенностей и преимуществ россиян* (справедливость, милосердие, солидарность, «всемирная отзывчивость»), которые являются базовой составляющей образа народа и могут быть органично встроены в персонифицированный спектр имиджевых дискурсов. Ментальность как психофизическая субстанция субъекта культуры фиксирует психический склад и тип мышления, характерный для культурного сообщества (совокупность типичных познавательных схем, моделей, символов). Она отражает глубинные структуры сознания и бессознательного, определяющие этнокультурное и национальное своеобразие на протяжении исторически длительного времени, формирует специфическую «картину мира», фиксирует экзистенциальные матрицы культуры и специфические для культурного сообщества поведенческие сценарии, определяет основания идентичности, включая самоопределение субъекта в структуре общности «мы» и образы «они». Национальная ментальность может стать важнейшей составляющей образа России, способной представить культуру в ее «человеческом» измерении⁴. Типичными личностными качествами, характерными для представителя «русского мира», являются смелость, отвага, сила (которая нередко вызывает страх у европейского обывателя). Особую роль в антропологических проекциях национального имиджа может сыграть образ русской женщины, значимыми характеристиками которого являются понимание и прощение, совесть и долг, способность к самопожертвованию во имя близких. Для реализации «человеческого капитала» в создании позитивного образа страны на мировых информационных площадках необходимо квалифицированно встроить в стратегии национального брендинга ментальные особенности, национальные стереотипы и мифы, которые не только акцентируют положительные черты национального характера,

¹ Стратегии и тактики формирования бренда страны фиксируются такими понятиями как: «территориальный брендинг» (англ. placebranding), «маркетинг мест», «брендинг мест», «брендинг территории», «place marketing», «place promotion».

² Именно «дух русскости» отметил Жан Кокто: «Париж пьян Россией» (Кокто Ж. Портреты-воспоминания: 1900–1914. – М., 1968. – С. 108). Создателями знаменитого «Павильона русских окраин» (городка в стиле Московского и Казанского кремлей) были известные художники – Васнецов, Врубель, которые сотворили «русский стиль», сформировавший в Европе моду на все русское. Для парижской Всемирной выставки 1900 года была сделана первая русская матрешка, которая получила бронзовую медаль (Ляпов В.В. Уроки истории: Основные этапы формирования имиджа России в мировом коммуникационном пространстве // Имидж России: концепция национального и территориального брендинга / Под ред. И.А. Василенко. – М., 2012. – С. 54–65).

³ Василенко И.А. Имиджевая стратегия России в контексте инновационных технологий. Два эпохальных вызова XX в. // Имидж России: поиск инновационных технологий : материалы науч. конф. каф. российской политики фак. политологии МГУ им. М.В. Ломоносова, 19 марта 2013 г. / Под ред. И.А. Василенко. – Пушкино: Центр стратегической конъюнктуры, 2013. – С. 9.

⁴ Различные черты и характеристики русской ментальности воспринимаются европейцами по-разному. В частности, иностранцев шокируют склонность к тоске (слово, трудно переводимое на другие европейские языки); стремление к разгулу и пьянству; экстремизм, негативное отношение к праву и частной собственности; незначимость свободы; максимализм и крайности в поведении: резкий переход от любви к ненависти, от ленивого состояния – к напряженной работе. Такого рода поведенческие сценарии европейцы оценивают негативно, считая такое поведение неадекватным. Европейцы не принимают наш консерватизм, самоуспокоенность; низкую самодисциплину и самоорганизацию, правовой нигилизм и патернализм.

но и символически объединяют «русский мир» с европейскими народами и культурами («щедрая русская душа», «кавказское гостеприимство», «немецкая аккуратность», «французский шик», «испанская темпераментность» и т.д.)¹.

3. Персонализация политического, культурного и ментального образа страны референтными для различных регионов мира личностями (в том числе и персонажами национальной мифологии, содержанием сюжетов которой являются ключевые события политической истории, а героями – реальные исторические фигуры, оставившие след в отечественной и мировой истории). Брендообразующий эффект можно существенно усилить активным использованием ресурсов «личного обаяния» (charm offensive) харизматических представителей политической, художественной и научной элиты России в информационных кампаниях; позиционированием преимуществ политического лидера – через базовые личностные качества и деловые характеристики, позитивно воспринимаемые мировой общественностью². *Актуализация в общественном сознании персонафицированных символов образа России — это задача гуманитарной элиты*, которая в своем коллективном поиске должна выработать точки согласия по поводу тех фигур, которые внесли максимальный вклад в судьбу России³.

Анализ позитивного опыта продвижения национальных брендов в системе глобальных коммуникаций позволяет сформулировать три ключевых условия эффективности данного вида коммуникационных стратегий:

1. Разработка вербальных посланий – брендообразующих метафор и слоганов, высвечивающих, оформляющих и актуализирующих подлинный образ России. Для усиления имиджевого эффекта глубинный смысл национальных образов, значимых событий и референтных личностей необходимо представить убедительными вербально-символическими и метафорическими формулами, воздействующими на сознание аудитории⁴. Обращенные к миру послания, выстроенные с учетом региональных особенностей и традиций восприятия России, должны нести сильный духовный заряд, а их энергетика будет прямо пропорциональна «попаданию» в экзистенциальное ядро адресата. При этом из внешнеполитического имиджевого дискурса необходимо исключить «оправдательную лексику»⁵.

2. Проблемно-целевая направленность имиджевых посланий с учетом национальных особенностей и актуальных проблем аудитории. Значимый сегмент имиджевых посланий – люди, не утратившие традиционных ценностей нравственности (и, как правило, негативно относящиеся к геополитическим проектам Запада)⁶. В связи с этим России нужно усиливать свою роль защитника традиционных ценностей в мире, демонстрируя непримиримость по отношению к деструктивным тенденциям в культурной жизни сегодняшней Европы. Работая с целевой аудиторией, необходимо учитывать (а в значительной степени и эксплуатировать) базовые ценности, жизненные смыслы и актуальные проблемы целевой аудитории, акцентировать в имиджевых посланиях солидарность в отношении к драматическим эпизодам истории народов.

3. Комплексность и интегрированность усилий в рамках единой стратегии. Важно постоянно и активно действовать на всех зарубежных дискуссионных площадках, а не игнорировать их, считая заведомо ангажированными⁷, активизировать контакты с организациями соотечественников за рубежом, в том числе и в форме разработки и реализации совместных программ. Роль инициатора, координатора (и в значительной степени исполнителя) имиджеобразующих стратегий и программ принадлежит государству, которое является ключевой консолидирующей силой. Одной из причин низкой эффективности сегодняшних имиджевых кампаний является отсутствие стратегической линии, способной консолидировать усилия всех социально ответственных субъектов, имеющих ресурсы и намерения: СМИ, «третьего сектора», церкви, института маркетинга (и прежде всего рекламы, PR-коммуникаций). Все составляющие

¹ Бирагова Б.М. Мобилизационный потенциал СМИ как фактор трансформации имиджа России на геополитическом пространстве: политологический анализ // Информационные войны. – М., 2013. – № 3 (27). – С. 78.

² В значительной степени ментальные особенности русского типа сегодня позиционирует В. Путин, которого уже называют «самым раскрученным отечественным брендом». В образ президента вкладывают социокультурные стереотипы, характеризующие Россию, а именно: таинственность, загадочность, непредсказуемость. Европейская аудитория воспринимает Путина как сильного и изощренного тактика, который добивается целей, переигрывая оппонентов, «хитроумного гроссмейстера, который всегда играет черными, но выигрывает». См.: Лукьянов Ф. Владимир Путин – аватар и человек. – <http://www.forbes.ru/sobytiya-column/vlast/76071-vladimir-putin-avatar-i-chelovek>

³ В этом плане показательным является телепроект «Имя России», благодаря которому граждане России подтвердили свои цивилизационные доминанты. По результатам голосования личностью-символом нации стал древнерусский князь Александр Невский, одержавший в первой половине XIII века исторически судьбоносные победы над шведскими и тевтонскими рыцарями (за него проголосовало более 520 тыс. россиян). Вторым стал реформатор Петр Столыпин — премьер-министр России в первые годы XX века, на третьем месте – Иосиф Сталин, на четвертом — Александр Пушкин. В финальный список «Имени России» вошли Ф.М. Достоевский, Александр Суворов, Петр I, Владимир Ленин, Екатерина II, Иван Грозный, Александр II. См.: «Имя Россия». – <http://ria.ru/media/20081228/158243637.html>

⁴ К примеру: «Россия – наш общий дом»; «исламское братство», «православный мир», «Россия – империя народов»; «братья-славяне»; «вместе ковали Победу» и т.д.

⁵ К сожалению, основу имиджевых посланий России последних двадцати пяти лет составляют формулы «мы не такие, как вы о нас думаете», «мы не хуже западных стран», «мы такие, как вы», «мы часть цивилизованного мира».

⁶ Сопrotивление диктату США характерно для стран БРИКС, ШОС, некоторых стран ЕС и Южной Америки. Граждане этих регионов солидарны с Россией, которая бросает вызов экспансионистской политике США, активно защищает традиционные ценности, выступая против однополых браков, обеспечила защиту Э. Сноудену, который осмелился бороться против тотальной слежки американцев, обеспечила работой в «Russia Today» основателя WikiLeaks Джулиана Ассанжа.

⁷ Василенко И. А. Указ. соч., с. 11.

этой политики, в том числе и развитие брендов компаний, туристических брендов регионов и российских городов, должны быть подчинены единой стратегии¹.

Вторая стратегия: дискредитация имиджа оппонентов (в том числе и путем активного использования инструментов и технологий из арсенала информационных войн – таких как дегуманизация образа противника, «демонизация» народа и политических лидеров страны-оппонента, создание из государства-мишени «образа врага», «перформативное» и деструкция духовных матриц национальных культур и «утилизация» их достижений и т.д.)². Стратегия разрушения имиджа оппонента является оправданной в ситуации усиления международной напряженности (и с учетом расширения спектра негативных стереотипов восприятия России со стороны западного мира) – именно этой сверхзадаче подчинены сегодняшние информационные войны, которые признаются важнейшим направлением борьбы цивилизаций «за место под солнцем» в условиях все сокращающихся ресурсов³. В «Стратегии национальной безопасности до 2020 года» отмечается, что глобальное информационное противоборство в мире будет только усиливаться, что потребует соответствующего ответа и выработки программы обеспечения национальных интересов России⁴.

Методологическим основанием внешней информационной политики в рамках как «конструктивного направления», так и в решении задач, связанных с деформацией имиджа оппонентов, могут стать стратегия и тактика «мягкой силы». «Мягкая сила» – это способность добиваться желаемых результатов не с помощью принуждения (жесткой силы), а на основе доверия, симпатии и привлекательности⁵. Ресурсы «мягкой силы» – это язык и культура страны (Дж. Най), которые играют ключевую роль в международных отношениях, влияя напрямую или косвенно на мировую политику и деловые связи⁶.

Третья стратегия: разработка и реализация привлекательного для мира «цивилизационного проекта», который страна может адресовать миру⁷. Основу такого проекта могут составить различные геополитические и социально-культурные модификации «национальной идеи», способные резонировать с проблемами, надеждами и чаяниями народов мира. Россия должна предстать миру как страна традиционных христианских ценностей с конкурирующим «полюсом смыслов»⁸.

– Значимой составляющей национальной идеи является образ России как центра евразийского мира – особого культурно-исторического пространства, синтезирующего в себе восточную и западную культуру. Миссия духовного преображения России на пути воссоздания и развития «евразийской цивилизации» как уникального национально-культурного мира может стать объединяющим фактором (и одновременно стержнем национальной идеологии).

– С большой гарантией будет востребована мессианская парадигма России как всемирного лидера народов-изгоев (А.С. Панарин), духовным ресурсом которой являются духовность и аскетизм русской культуры, которая всегда стремилась обеспечить человеку смысл и достоинство, помимо его социального статуса и экономического успеха.

– Вполне конкурентоспособным является становящийся образ России как «центра гармонии цивилизаций» – пространства консолидации народов и государств на принципах сотрудничества и развития, гаранта сохранения миропорядка и противостояния системным угрозам глобального характера. Важной для мирового сообщества гранью данного станет утверждение России как страны, обеспечивающей сохранение институтов и норм международного права⁹. Усиление этого направления возможно через активизацию публичной дипломатии, способной популяризировать

¹ Мировой опыт национального брендинга показывает, что формирование национального бренда с акцентом на туристическую или спортивную составляющие является стартовой позицией для дальнейшего расширения политического влияния страны (ср. опыт Италии, Индии и др.). – См.: Емельянова Н.Н. Указ. соч., с. 26.

² Запесоцкий А.С., Марков А.П. Эпоха информационных войн и проблемы обеспечения духовной безопасности общества // Вопросы культурологии. 2015. – № 4. – С. 60–65.

³ Информационные войны против России: от Ивана Грозного до Владимира Путина // Служу Отечеству. 2014. – № 12.

⁴ Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. – <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html>

⁵ Смысл «мягкой силы» и ее основную проблему известный политолог и журналист афористично обозначил следующим образом: «у нас попытки формировать “мягкую силу” являются во многом сублимацией недоступности силы жесткой. Действительно, «мягкая сила» в значительной степени является проекцией жесткой силы – в отсутствие жесткой силы у субъекта может быть только «мягкое бессилие». «Мягкая сила» подразумевает «слабость объекта, диффузность, проницаемость его физической, идеологической и морально-нравственной оболочки... Конечная цель мягкой силы» – подчинить объект влияния». – См.: Леонтьев М. «Мягкая сила» – реальная, эффективная – является проекцией жесткой силы. – http://www.odnako.org/magazine/material/show_24069

⁶ Специфически отечественным приемом из репертуара «мягкой силы» является юмор и ирония, способные привнести в имидж противника деструктивные элементы («эффект Кукрыниксов»). По мнению экспертов, одним из последствий украинского противостояния 2013–2014 годов стало появление в российском Интернете – в ситуации обостряющегося кризиса и усиления информационного давления на Россию – большого количества различных политических карикатур и демомотиваторов, отражающих протест российского общества против прямого вмешательства США в украинские события. Благодаря взрывному распространению антиамериканских карикатур в блогах нашего сегмента Интернета образ Соединенных Штатов в широком российском общественном мнении быстро приобрел крайне негативный, гротескный характер. В данном случае юмор способствовал снижению имиджа США и укреплению национальной идентичности и внутривнутриполитического имиджа России. – См.: Барабанов О. После Крыма: визуальный протест российских социальных медиа // Россия в глобальной политике. – М., 2014. – № 3. – http://www.globalaffairs.ru/ukraine_crysis/Posle-Kryma-vizualnyi-grotesk-rossiiskikh-sotsialnykh-media-16683

⁷ Эффективными примерами такого рода проекта является американская идея «глобального порядка», европейская модель «социального государства». См.: Ляпоров В. В. Реальна ли «мягкая сила» России? – С. 20.

⁸ Марков А.П. Конфликт культурно-антропологических матриц России и Запада как источник информационных войн // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2016. – № 36. – С. 13–24.

⁹ Данную ипостась образа России усилит демонстрация важнейших составляющих политического статуса государства. В зависимости от региона это могут быть демократические ценности либо военная мощь как основание для уважения (исследования

вать приоритеты государственной политики, отвечающие интересам и чаяниям как граждан России, так и внешней аудитории (с помощью повседневной коммуникации по каналам массмедиа, в форме межкультурного диалога, совместных образовательных программ)¹.

– Россия может предложить миру модель этнокультурной и религиозной толерантности, основу которой составляет многовековой позитивный опыт межнационального и межконфессионального взаимодействия и сотрудничества в границах «русского мира».

– Значимая составляющая указанного выше направления – позиционирование государственного устройства России на демократических принципах федерализма. Эта черта позволит улучшить имидж в глазах бывших союзников, отношения с которыми были разорваны в сложные для страны годы перестройки, когда страна ошибочно надеялась таким образом изменить негативное отношение к себе со стороны Запада. Для «русской цивилизации» этнокультурная и религиозная толерантность являются естественными принципами организации национального бытия. Как известно, универсалистские, духовные основания идентичности глубинно встроены в национально-культурную матрицу России. Русская государственность формировалась как полиэтничная цивилизация, и модель отечественной полиэтничности принципиально отличается от политики мультикультурализма (как русское понимание и прощение – с идеологией толерантности).

Цивилизационный проект способен явить миру образ России, непротиворечиво соединяющий ценности демократического устройства жизни и рыночной экономики – с идеалами социальной справедливости, патриотизма и духовного мессианизма. Его мировоззренческая универсальность позволит «снять» крайности как индивидуализма (в том числе и усиливающегося этноцентризма народов России), так и насильственного коллективизма, разрешить конфликт между этими полюсами на основе утверждения идеи солидарности и соборности, понимания свободы человека не в смысле индивидуальной вседозволенности, а как искусства личностного самоопределения в соотношении с надличностными ценностями, имеющими в России прочную историческую традицию и составляющими основу национально-культурной ментальности.

Утверждение «цивилизационного проекта» России, основу которого составят базовые формулы (сценарии) национальной идеи, способно «облагородить» сегодняшний процесс глобализации, усилив его гуманистический вектор с учетом понимания человечества как «единого живого организма человеческой цивилизации во всем многообразии ее цивилизованных типов и планеты как среды обитания», цель которого должна состоять не в унификации, а в сохранении и расширении культуры каждого народа, в расширении общего поля развития человеческой цивилизации.

Мировоззренческая доминанта национального проекта, утверждающая консолидирующую парадигму мирового устройства, станет цивилизационной альтернативой сегодняшней глобальной идеологии, основанной на конкуренции, угнетении и эксплуатации слабых, она будет расширять общее пространство развития и способствовать переходу народов, культур и цивилизаций от взаимоподавления и противоборства – к диалогу и сотрудничеству.

показывают, что фактор военной мощи оценивается неоднозначно). Митина О.В., Петренко В.Ф. Имидж государства. Психосемантический анализ: реконструкция и измерения // Информационные войны. – М., 2008. – № 4 (8). – С. 9.

¹ Участие России в украинском конфликте определило решающий перелом в международном статусе России, который был обусловлен «смещением акцентов в российской внешней политике с “национальных интересов” на актуальную общечеловеческую тему: восстановление устойчивости глобальной геополитической системы. Стратегический курс на сохранение планетарной цивилизации в XXI веке и его грамотная информационная раскрутка сделают действия российского руководства более привлекательными для демократической общественности как внутри, так и вне страны». Назаретян А. П. «Агентура влияния» в контексте глобальной геополитической перспективы. – С. 170.