

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Направление подготовки

Профиль

Кафедра «Социология, экономическая
теория и международные процессы»

41.03.05 «Международные отношения»

Мировая политика и международный
бизнес

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

**Внешнеполитический имидж России в современном информационном
пространстве**

Студент

Ромашкина

Анастасия

Владимировна

подпись, дата

Руководитель

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Нормоконтролер

Влазнева С. А.

подпись, дата

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Рассказова Н. В.

подпись, дата

Пенза 2026

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Социология, экономическая теория и международные процессы»
Направление подготовки 41.03.05 «Международные отношения», профиль
«Мировая политика и международный бизнес»

«УТВЕРЖДАЮ»:
Зав. кафедрой
д.с.н., профессор Рожкова Л. В.

« ____ » _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

студенту Ромашкиной А. В., группа 22ЭА1, обучение очное

1 Тема бакалаврской работы: Внешнеполитический имидж России в современном информационном пространстве

утверждена приказом по университету

от « ____ » _____ 20__ г . № _____

2 Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы: 8.06.2026.

3 Исходные данные к бакалаврской работе: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: теоретико-методологические основы формирования внешнеполитического имиджа государства; особенности формирования внешнеполитического имиджа России в информационном пространстве в современных условиях; проблемы и перспективы поддержания положительного внешнеполитического имиджа современной России в информационной среде.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 25.10.2025.

График подготовки бакалаврской работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
1	Составление плана ВКР	25.10.2025 – 10.11.2025	
2	Изучение исходных данных к бакалаврской работе	11.11.2025 – 25.12.2025	
3	Написание Главы 1	26.12.2025 – 30.01.2026	
4	Написание Главы 2	31.01.2026 – 15.03.2026	
5	Написание Главы 3	16.03.2026 – 29.04.2026	
6	Написание введения и заключения	30.04.2026 – 11.05.2026	
7	Оформление ВКР	12.05.2026 – 24.05.2026	
8	Сдача ВКР нормоконтролю, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	25.05.2026 – 5.06.2026	
9	Ознакомление с отзывом руководителя	6.06.2026	
10	Представление законченной бакалаврской работы, передача в ГЭК	8.06.2026	

Руководитель _____ / Л. В. Рожкова /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____ / А. В. Ромашкина /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Реферат

Бакалаврская работа 67 с., 3 ч., 11 рис., 7 табл., 90 источников.

ИМИДЖ, ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО, ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА, СМИ, ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, МЕЖДУНАРОДНАЯ АРЕНА

Объект исследования – внешнеполитический имидж государства как социально-политическое явление.

Цель работы состоит в комплексном анализе особенностей формирования внешнеполитического имиджа России в современном информационном пространстве.

Методологическую основу работы составили системный подход, структурно-функциональный анализ, сравнительный метод, контент-анализ, институциональный метод, метод классификации, анализ документов и лингвистический анализ.

Результаты работы: раскрыты понятие и сущность внешнеполитического имиджа государства; определены факторы формирования имиджа государства на международной арене; проанализированы структура, средства и механизмы внешнеполитического имиджа России; исследованы роль СМИ и цифровых технологий в формировании имиджа России; выявлены основные вызовы и риски для внешнеполитического имиджа России в современном информационном пространстве; определены перспективы и направления улучшения внешнеполитического имиджа России в контексте информационного пространства.

Рекомендации по внедрению. Для повышения эффективности формирования внешнеполитического имиджа России рекомендуется развивать комплексную информационную политику, направленную на продвижение объективного и позитивного образа страны в международном пространстве, а также активно использовать цифровые технологии и социальные сети для взаимодействия с зарубежной аудиторией.

Теоретическая значимость работы заключается в систематизации научных подходов к пониманию внешнеполитического имиджа государства, а также в

анализе факторов и механизмов его формирования в условиях современного информационного пространства.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования. Перспективы развития внешнеполитического имиджа России связаны с усилением цифровой дипломатии, формированием новых смысловых нарративов на ведущих дискуссионных площадках и системным использованием инструментов «мягкой силы», ориентированных на многополярное мироустройство.

Summary

Bachelor's thesis 67 p., 3 parts, 11 figures, 7 tables, 90 sources.

IMAGE, INFORMATION SPACE, FOREIGN POLICY, MASS MEDIA, DIGITAL TECHNOLOGIES, INTERNATIONAL ARENA

The object of the research is the foreign policy image of the state as a socio-political phenomenon.

The purpose of the work is a comprehensive analysis of the features of the formation of Russia's foreign policy image in the modern information space.

The methodological basis of the work consists of a systematic approach, structural and functional analysis, comparative method, content analysis, institutional method, classification method, document analysis and linguistic analysis.

The results of the work: the concept and essence of the foreign policy image of the state are revealed; the factors of formation of the image of the state in the international arena are determined; the structure, means and mechanisms of the foreign policy image of Russia are analyzed; the role of mass media and digital technologies in shaping the image of Russia is investigated; the main challenges and risks for the foreign policy image of Russia in the modern information space are identified; prospects and directions for improvement are identified the foreign policy image of Russia in the context of the information space.

Recommendations for implementation. To increase the effectiveness of shaping Russia's foreign policy image, it is recommended to develop a comprehensive information policy aimed at promoting an objective and positive image of the country in the international space, as well as actively using digital technologies and social networks to interact with a foreign audience.

The theoretical significance of the work lies in the systematization of scientific approaches to understanding the foreign policy image of the state, as well as in analyzing the factors and mechanisms of its formation in the modern information space.

Forward-looking assumptions about the development of the research object. The prospects for the development of Russia's foreign policy image are linked to the

strengthening of digital diplomacy, the formation of new semantic narratives on leading discussion platforms, and the systematic use of «soft power» tools focused on a multipolar world order.

Referat

Bachelor-Arbeit 67 s., 3 Teile, 11 Abb., 7 Tabelle., 90 Quellen.

BILD, INFORMATIONSRAUM, AUßENPOLITIK, MEDIEN, DIGITALE TECHNOLOGIEN, INTERNATIONALE ARENA

Das Forschungsobjekt ist das außenpolitische Image des Staates als gesellschaftspolitisches Phänomen.

Das Ziel der Arbeit ist es, die Besonderheiten der Bildung des außenpolitischen Bildes Russlands im modernen Informationsraum umfassend zu analysieren.

Die methodologische Grundlage der Arbeit bestand aus einem Systemansatz, einer strukturellen und funktionalen Analyse, einer vergleichenden Methode, einer Inhaltsanalyse, einer institutionellen Methode, einer Klassifizierungsmethode, einer Dokumentenanalyse und einer sprachlichen Analyse.

Die Ergebnisse: das Konzept und das Wesen des außenpolitischen Images des Staates wurden aufgedeckt; Faktoren für die Bildung des Staatsimages auf der internationalen Bühne wurden identifiziert; Struktur, Mittel und Mechanismen des außenpolitischen Images Russlands wurden analysiert; die Rolle von Medien und digitalen Technologien bei der Gestaltung des russischen Images wurden untersucht; die Hauptprobleme und Risiken für das außenpolitische Image Russlands im modernen Informationsraum wurden identifiziert; Perspektiven und Richtungen zur Verbesserung des außenpolitischen Images Russlands im Kontext des Informationsraums wurden ermittelt.

Richtlinien für die Implementierung. Um das außenpolitische Image Russlands effektiver zu gestalten, wird empfohlen, eine umfassende Informationspolitik zu entwickeln, die darauf abzielt, ein objektives und positives Bild des Landes im internationalen Raum zu fördern, sowie digitale Technologien und soziale Netzwerke aktiv zu nutzen, um mit einem ausländischen Publikum zu interagieren.

Die theoretische Bedeutung der Arbeit besteht in der Systematisierung wissenschaftlicher Ansätze zum Verständnis des außenpolitischen Images des Staates

sowie in der Analyse von Faktoren und Mechanismen seiner Entstehung unter den Bedingungen des modernen Informationsraums.

Zukunftsgerichtete Annahmen über die Entwicklung des Forschungsobjekts. Die Aussichten für die Entwicklung des außenpolitischen Images Russlands beinhalten die Stärkung der digitalen Diplomatie, die Bildung neuer semantischer Erzählungen auf führenden Diskussionsplattformen und den systemischen Einsatz von Soft-Power-Instrumenten, die auf die multipolare Weltordnung ausgerichtet sind.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Теоретико-методологические основы формирования внешнеполитического имиджа государства.....	6
1.1 Понятие и сущность внешнеполитического имиджа государства.....	6
1.2 Факторы формирования имиджа государства на международной арене.....	13
Глава 2 Особенности формирования внешнеполитического имиджа России в информационном пространстве в современных условиях.....	21
2.1 Структура, средства и механизмы формирования внешнеполитического имиджа России.....	21
2.2 Роль СМИ и цифровых технологий в формировании имиджа России.....	29
Глава 3 Проблемы и перспективы поддержания положительного внешнеполитического имиджа современной России в информационной среде.....	44
3.1 Основные вызовы и риски для внешнеполитического имиджа России в современном информационном пространстве.....	44
3.2 Перспективы и направления улучшения внешнеполитического имиджа России в контексте информационного пространства.....	51
Заключение.....	56
Список использованных источников.....	59

Введение

Глобализация вместе с быстрым развитием информационных технологий делает проблему формирования и последующего поддержания внешнеполитического имиджа (ВПИ) государства в современное время особенно актуальной. Данный процесс фактически стал органичной составляющей внешней политики и важным рычагом для достижения национальных интересов на международной арене. В современных условиях международные отношения все сильнее зависят не просто от объективных показателей, таких как экономическая мощь или военный потенциал, а от того, как страну воспринимают другие участники мировой арены. И это восприятие определяет уровень доверия к государству со стороны зарубежной аудитории, а также готовность к сотрудничеству в разных областях. Информационное пространство теперь выступает той самой средой, где складывается общественное мнение, распространяются политические смыслы и закрепляются устойчивые представления о странах. А высокая скорость распространения информации и ее общедоступность лишь усиливают влияние имиджевых факторов на мировые процессы.

В последние годы внешнеполитический образ Российской Федерации (ВПИ РФ) складывается под действием сложных и неоднозначных обстоятельств. Среди них можно назвать как внутренние социально-экономические и политические процессы, так и внешние условия – от международной обстановки до конкретных форматов взаимодействия с другими государствами. Растущая геополитическая конкуренция, информационные противостояния, активное развитие цифровых медиа и социальных сетей трансформируют привычные механизмы формирования имиджа. Отсюда происходит необходимость пересматривать традиционные подходы к выстраиванию внешнеполитического имиджа и искать новые, более эффективные способы коммуникации. В такой ситуации возрастает значение целенаправленной имиджевой политики, которая способна обеспечить адекватное восприятие страны за рубежом. Особую важность приобретает согласованность

действий самых разных участников – и государственных, и негосударственных в информационном поле.

Средства массовой информации (СМИ), интернет-платформы и цифровые каналы связи играют особую роль. Именно они формируют информационную повестку, через которую происходит интерпретация международных событий. Они не просто отражают, а активно конструируют образ государства, влияя на то, как воспринимаются его политика, культура, ценности и интересы. Для России, как одного из ключевых игроков в системе международных отношений, вопрос создания позитивного внешнеполитического имиджа носит стратегический характер, поскольку напрямую связан с ее положением в мировой политике, экономике и архитектуре международной безопасности. Устойчивый положительный образ государства помогает укрепить его международный авторитет и расширить возможности для внешнеполитического взаимодействия.

Несмотря на большое количество исследований, посвященных имиджу государства, проблема формирования внешнеполитического образа России именно в современном информационном пространстве остается проработанной недостаточно. Причина заключается в высокой динамике изменений внутри информационной среды и в постоянном появлении новых каналов и форм коммуникации. Более того важную роль играет усиление роли негосударственных акторов в процессах создания международного имиджа.

Анализ научной литературы по теме исследования позволяет выявить, что внешнеполитический имидж России формируется как сложная, многомерная и конфликтогенная структура, что создает устойчивый разрыв между самовосприятием страны как гаранта международной стабильности и ее восприятием в западных и глобальных исследованиях. Так, теоретико-методологические основы формирования внешнеполитического имиджа государства представлены в трудах С. Ш. Анисимовой [6], К. С. Бирюковой [8], Э. Л. Галумова [16], Е. Б. Шестопал [80]; особенности формирования внешнеполитического имиджа России в информационном пространстве изучали В. С. Куксевич [35], И. В. Лябухов [42], Р. А. Муртазин [53], проблемы и

перспективы поддержания положительного внешнеполитического имиджа России рассматривали И. С. Полуянова [61], А. В. Шоботенко [81] и др.

Цель работы состоит в комплексном анализе особенностей формирования внешнеполитического имиджа России в современном информационном пространстве.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих задач:

- раскрыть понятие и сущность внешнеполитического имиджа государства;
- определить факторы формирования имиджа государства на международной арене;
- проанализировать средства, механизмы и структуру внешнеполитического позиционирования России в современных условиях;
- исследовать роль средств массовой информации и цифровых технологий в формировании имиджа России;
- выявить основные вызовы и риски для внешнеполитического имиджа России в современном информационном пространстве;
- определить перспективные и направления улучшения внешнеполитического имиджа Российской Федерации в современном информационном пространстве.

Объект исследования – внешнеполитический имидж государства как социально-политическое явление. Предмет исследования – особенности формирования внешнеполитического имиджа России в современном информационном пространстве.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в систематизации научных подходов к пониманию внешнеполитического имиджа государства, а также в анализе факторов и механизмов его формирования в условиях современного информационного пространства.

Работа состоит из введения, трех глав, шести параграфов, заключения и списка литературы.

Глава 1 Теоретико-методологические основы формирования внешнеполитического имиджа государства

1.1 Понятие и сущность внешнеполитического имиджа государства

В условиях современного развития международных отношений особую актуальность приобретает вопрос формирования и восприятия внешнеполитического имиджа государства. В период глобализации, когда информация распространяется с высокой скоростью, является необходимым изучение такого феномена, как «внешнеполитический имидж» государства. Формирование имиджа стало одной из главных задач любой страны, поскольку именно имидж позволяет определить ее место на международной арене.

Современные международные отношения характеризуются высокой степенью взаимозависимости государств, усилением роли информационного пространства и ростом влияния общественного мнения. В этих условиях внешнеполитический имидж государства формируется в системе его взаимодействия с другими государствами, международными организациями и глобальными акторами. Процесс глобализации способствовала изменению технологий формирования и поддержания имиджа государства, сделав их более сложными и многоуровневыми [6, с. 42].

Проблема восприятия государства на международной арене имеет глубокие теоретические основания. Американский экономист Кеннет Э. Боулдинг первым обратил внимание на значение образа в международных отношениях. Он отмечал, что в международной системе важны не столько объективные характеристики государств, сколько их восприятие другими акторами. Также он подчеркнул роль системы ценностей в восприятии образа страны. По его мнению, «всегда образ, а не истина, сразу определяет поведение. Мы действуем в соответствии с тем, каким мир предстает перед нами, но не обязательно в соответствии с тем, какой он «есть». Данное положение подчеркивает ключевую роль субъективных факторов в формировании внешнеполитического имиджа [84, с. 120].

Понятия «образ» и «имидж» не идентичны. Е. Б. Шестопап различает эти два понятия. Под «образом» она понимает отражение личности лидера в сознании граждан, а под «имиджем» – специально сконструированное отражение личности политика [80, с. 12].

Понятие «имидж государства» рассматривают как «целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации или рекламы» [34, с. 211]. Он есть результат целенаправленной деятельности по формированию определенного представления о стране. Политический имидж государства определяется как мнение о нем на основе образа, сложившегося в представлении, целенаправленно сформированном посредством профессиональных усилий у внутренней или внешней аудитории [10, с. 437].

Внешнеполитический имидж представляет собой искусственно создаваемое политико-психологическое представление государства на международной арене [6, с. 42].

Имидж государства является не просто отражением реальности, но и инструментом воздействия на международную среду. Р. Джервис отмечает, что «имидж государства может быть главным фактором, определяющим, насколько легко государство может достичь своих целей. Желаемый образ часто может быть полезнее, чем значительное увеличение военной и экономической мощи» [86, с. 286]. В этом смысле цель дипломатии любого государства – построить нужный имидж. Это свидетельствует о том, что в современных условиях нематериальные ресурсы приобретают все большее значение [6, с. 42].

Имидж государства представляет собой сложное, многокомпонентное образование. Он включает в себя совокупность характеристик государственной системы, таких как экономика, культура, история, география и социальные особенности [21, с. 38]. Данные характеристики формируют основу восприятия государства как внутри страны, так и за ее пределами.

Важной особенностью имиджа является его двойственная природа, включающая объективные и субъективные компоненты. Объективная составляющая

связана с реальными характеристиками государства, тогда как субъективная формируется под воздействием информационных потоков и коммуникаций [34, с. 212]. При этом именно субъективная составляющая играет ключевую роль в формировании внешнеполитического имиджа страны.

Имидж государства выполняет ряд значимых функций в системе международных отношений. Главной функцией имиджа государства является формирование положительного отношения к стране. Кроме того, имидж способствует укреплению международного сотрудничества, повышению доверия со стороны других государств и продвижению национальных интересов [6, с. 43].

В современных условиях имидж государства становится важнейшим инструментом внешней политики. Он влияет на успешность дипломатических действий, развитие торгово-экономических связей и уровень международного взаимодействия. В этом контексте имидж выступает как средство достижения внешнеполитических целей [34, с. 211].

Особое значение приобретают роль СМИ в формировании имиджа государства. СМИ являются одним из основных инструментов воздействия на массовое сознание, формируя представления о стране у широкой аудитории. Благодаря своей распространенности они способны охватывать значительные аудитории и оказывать существенное влияние на общественное мнение [34, с. 213].

Основными инструментами формирования образа страны являются СМИ, дипломатия, языковая политика, распространение национальной культуры. Отсюда следует, что перечисленные инструменты способствуют формированию положительного общественного мнения, обеспечивая условия для реализации желаемых политических целей. Имидж страны также включает в себя различные характеристики, такие как географические, этнолингвистические, культурно-исторические и религиозные. В структуру внешнеполитического имиджа страны входят представления о главе государства, властных структурах и механизмах реализации власти [6, с. 43]. Структура ВПИ страны представлена на рисунке 1.

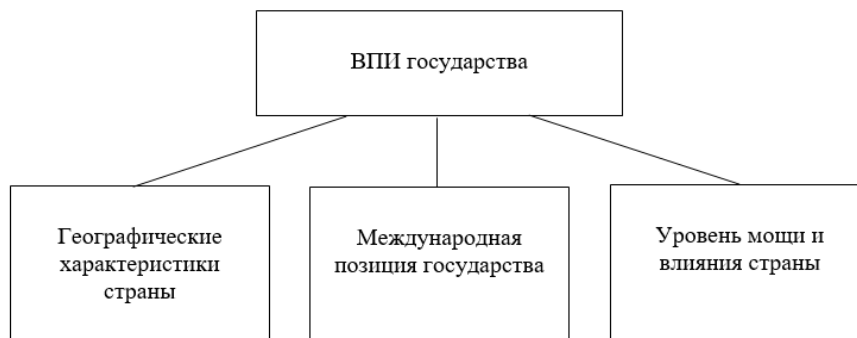


Рисунок 1 – Структура ВПИ страны [31]

Представленный рисунок 1 иллюстрирует трехкомпонентную структуру государственного имиджа. Он объединяет географические характеристики (климат, территория), внешнеполитические позиции (образ «дружелюбия» или «конфронтации») и символы мощи государства.

К компонентам, которые формируют целостный внешнеполитический имидж государства, можно отнести материальные и ценностные компоненты, которые работают исключительно в синергии. Данные компоненты представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Компоненты, формирующие ВПИ страны [27, с. 45; 28, с. 11]

Рисунок 2 показывает, что ВПИ государства строится на двух группах компонентов: материальных и ценностных. Именно сочетание «жесткой» и «мягкой» силы, по сути – «умная сила», создает целостный и привлекательный образ страны на мировой арене.

Создание имиджа государства – длительный и сложный процесс, происходящий постепенно во многих направлениях и состоящий из нескольких приемов:

- манипулирование – смещение акцента с одного объекта на другой при помощи специфической подачи информации. Событие, которое необходимо скрыть, перекрывается более ярким, или преподносится с меньшей эмоциональной окраской;

- позиционирование – постепенное внедрение нового объекта в информационную среду, превращение его из чего-то неизвестного в обыденное и безопасное для аудитории;

- мифологизация – обращение к уже сформировавшимся образам в сознании аудитории для связи их с новой информацией. Таким образом создается эффект чего-то знакомого и более понятного;

- стереотипизация – построение обобщенного образа для более легкого восприятия и соотношение его с уже усвоенной ранее, знакомой и проверенной информацией [8, с. 327].

Кроме вышеперечисленных, существует также ряд дополнительных приемов для успешного формирования имиджа, в том числе:

- эмоционализация – наделение информации необходимым эмоциональным окрасом, чтобы преподнести ее соответствующим образом и вызвать нужный отклик аудитории;

- вербализация – упрощение информации до отдельных понятий, использование «ярлыков»;

- детализация – подробное описание нового объекта с целью сделать его более понятным и безопасным для восприятия аудитории;

– акцентирование – концентрация внимания на необходимых аспектах при передаче информации;

– архаизация – отвлечение внимания толпы в кризисные периоды, в моменты нарастающего напряжения;

– визуализация – сопровождение новой информации понятными визуальными символами;

– внедрение моделей восприятия – преподнесение новой информации через известных и популярных лиц, для создания авторитетного мнения и большего доверия [8, с. 328].

Существенную роль в формировании внешнеполитического имиджа играет концепция «мягкой силы». Данная концепция была разработана Дж. Наем и предполагает достижение внешнеполитических целей через привлекательность культуры, политических ценностей и внешней политики. Дж. Най характеризует «мягкую силу» как непрямую власть, которая может помочь «заставить других хотеть того же, что и вы», и формирует предпочтения других за счет привлекательности нематериальных ресурсов, таких как популярная культура или легитимность власти [88, с. 153]. «Мягкая сила» позволяет государству формировать предпочтения других акторов без применения принуждения [46, с. 33].

В рамках концепции «мягкой силы» особое значение приобретает публичная дипломатия. Под публичной дипломатией понимается деятельность государства, в ходе которой правительство страны оказывает непосредственное влияние на общественность, общественное мнение и частные организации других стран при помощи культурного обмена и распространения информации о своей политике [23, с. 100]. Данный инструмент способствует формированию привлекательного образа государства и укреплению его позиций на международной арене [46, с. 36].

Имидж государства также тесно связан с его национальной идентичностью, статусом и авторитетом. В этом контексте важной является концепция «Я-образа» государства, включающая идентичность, статус и авторитет. Данные компоненты определяют место государства в системе международных отношений [6, с. 43].

Формирование внешнеполитического имиджа происходит в условиях постоянного взаимодействия государств. Международные отношения предполагают наличие как минимум двух субъектов, которые в процессе коммуникации демонстрируют и изменяют свой имидж. При этом восприятие одного государства другим зависит от уже существующих представлений.

В процессе международного взаимодействия происходит «соприкосновение» имиджей, их взаимное восприятие или отторжение. Государства стремятся сформировать позитивный образ о себе, а также, при необходимости, негативный образ о конкурентах. Имидж является элементом конкурентной борьбы в международных отношениях [6, с. 43].

Имидж государства носит динамичный характер и подвержен постоянным изменениям. Он формируется под воздействием политических событий, информационных потоков и действий самого государства. В современных условиях важным фактором становится использование эффективных средств коммуникации для продвижения имиджа.

Имидж государства можно рассматривать как устойчивый стереотип, представленный в эмоционально окрашенном виде. В этом случае процесс его формирования представляет собой стремление к идеальному образу, соответствующему политической философии государства.

Таким образом, внешнеполитический имидж государства представляет собой целенаправленно конструируемое политико-психологическое представление, интегрирующее объективные характеристики страны (география, экономика, культура) и субъективные компоненты восприятия, формируемые через СМИ, информационные технологии и инструменты «мягкой силы». Именно синергия материальных и ценностных составляющих создает устойчивый и привлекательный образ государства на международной арене.

1.2 Факторы формирования имиджа государства на международной арене

Формирование имиджа государства на международной арене представляет собой сложный и многофакторный процесс, включающий совокупность различных условий и факторов, оказывающих влияние на восприятие государства другими субъектами международных отношений. Реализация национальных интересов, достижение целей внутренней и внешней политики возможны при условии формирования положительного образа государства в общественном сознании. При этом перечень факторов, влияющих на формирование и восприятие образа государства, является обширным и включает различные элементы политической, экономической, социальной и культурной сфер [71, с. 223].

При изучении факторов, влияющих на формирование политического имиджа государства, следует учитывать суммарное многообразие внешних имиджей государства и их взаимодействие в определенном контексте: к их числу можно отнести внешнеполитический, инвестиционный, культурный, исторический, спортивный, научно-академический, экономический, туристический, модно-стилевой, музыкально-кинематографический и другие разновидности имиджей [43, с. 112].

Факторы, характеризующие имидж страны, многочисленны. Они могут быть политическими, экономическими, социальными, культурными, военными. Такое многообразие факторов свидетельствует о комплексном характере формирования имиджа государства и необходимости учета различных аспектов его функционирования [6, с. 44].

В рамках современных исследований предлагаются различные классификации факторов формирования имиджа государства. Факторы, которые выделяет Э. А. Галумов представлены на рисунке 3.

1 Условно-статичные факторы. Данная категория факторов включает природно-ресурсный потенциал, географическое положение, национальное и культурное наследие, государственное устройство, а также свершившиеся

исторические события, которые могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на имидж государства.

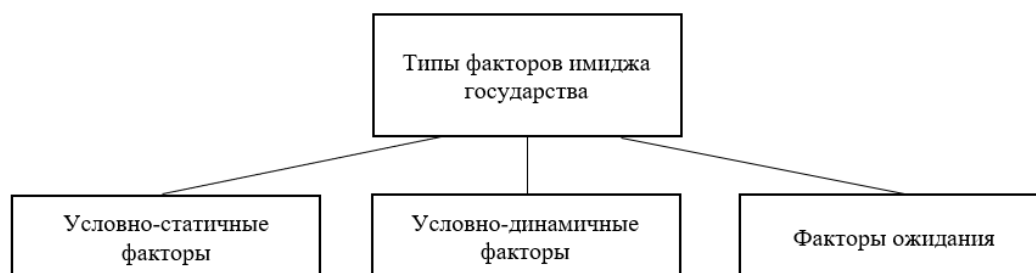


Рисунок 3 – Типы факторов имиджа государства по Э. А. Галумову [71, с. 226]

2 Условно-динамичные факторы. К ним относятся социально-психологический настрой общества, морально-нравственные аспекты его развития, устойчивость экономики, уровень доходов населения, инвестиционная активность, правовое пространство и механизмы государственного регулирования. Данные факторы характеризуются изменчивостью и оказывают влияние на формирование текущего восприятия государства на международной арене [16, с. 39].

3 Факторы ожидания. Они связаны с представлениями о будущем развитии государства и его потенциале. Они играют важную роль в формировании долгосрочного имиджа страны, поскольку определяют ожидания международного сообщества относительно ее дальнейшего развития.

Другой подход к классификации ВПИ предлагает С. К. Харбих. Данные факторы представлены на рисунке 4.

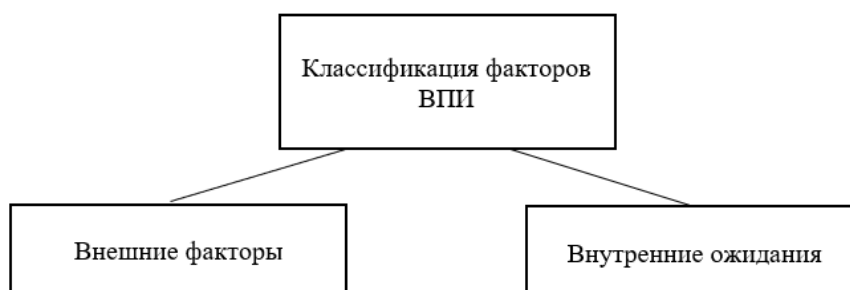


Рисунок 4 – Классификация факторов ВПИ по С. К. Харбих [73, с. 308]

2 Внутренние факторы формируются внутри конкретного государства и отражают его специфические особенности [73, с. 308]. Они включают противоречия между внутренним и внешним имиджами государства, психосоциальные особенности общества, а также особенности политического и социального развития страны. Существенное значение имеет также деятельность политического руководства и использование технологий позиционирования государства.

Исследователь И. Ю. Глинская к числу факторов, формирующих позитивный внешнеполитический имидж, относит группы факторов по сферам жизни страны, которые представлены на рисунке 5.



Рисунок 5 – Классификация факторов по И. Ю. Глинской [6, с. 44; 18, с. 50; 21, с. 37; 56, с. 69; 76, с. 10; 83, с. 19]

1 Политические факторы. Значительное место среди факторов формирования имиджа государства занимают политические факторы, отражающие характер государственной власти, особенности политической системы и направления внешней политики. Политика государства, его участие в международных организациях, а также характер взаимодействия с другими государствами формируют представление о нем как о надежном или, напротив, нестабильном

партнере. Имидж государства во многом определяется деятельностью политического руководства и государственными институтами [56, с. 69].

Особое значение имеет внешнеполитическая деятельность государства, поскольку именно она формирует восприятие страны на международной арене. Государства в процессе международного взаимодействия демонстрируют и изменяют свой имидж, при этом восприятие одного государства другим во многом зависит от уже сложившихся представлений. В этом контексте имидж выступает как элемент конкурентной борьбы, где государства стремятся сформировать позитивный образ о себе и, при необходимости, негативный образ о своих конкурентах.

2 Национальная идентичность. Формирование имиджа государства нельзя представить без такого важного компонента, как национальная идентичность. В нее включают устоявшиеся представления о стране, ее историческом пути, культуре и системе ценностей. Сама национальная идентичность складывается из символов, традиций и культурных практик – все это закрепляется в массовом сознании и в итоге начинает влиять на то, как государство воспринимают зарубежные партнеры и общества.

3 Институциональные факторы. Институциональные факторы также заслуживают отдельного внимания. Сюда можно отнести деятельность государственных органов, то, насколько эффективно выстроено управление, и в каком состоянии находится правовая система.

Качество государственного управления, уровень коррупции, степень открытости власти и соблюдение прав человека – каждая из этих позиций по-своему сказывается на том, какой образ страны складывается за рубежом.

4 Экономические факторы. Экономические факторы также во многом определяют имидж государства. Здесь ключевыми характеристиками выступают уровень экономического развития, насколько страна привлекательна для инвесторов, стабильна ли ее финансовая система, каковы доходы населения и развита ли инфраструктура. Все эти параметры напрямую влияют на восприятие государства извне. Устойчивость экономики определяется динамикой валового

внутреннего продукта, уровнем инвестиций, финансовой обеспеченностью бюджета. Экономические показатели формируют представление о государстве как о развитом или развивающемся, стабильном или кризисном.

5 Социальные факторы. Социальные факторы включают уровень жизни населения, социальную защищенность, качество образования и здравоохранения, а также уровень социальной стабильности. Социально-психологический настрой общества, морально-нравственные аспекты его развития и степень интеграции населения оказывают влияние на формирование имиджа государства. Эти характеристики формируют представление о государстве как о благополучной или проблемной социальной системе.

6 Демографические факторы. Важную роль играют также демографические факторы, такие как численность населения, его структура, уровень образования и миграционные процессы. Эти характеристики влияют на экономическое развитие государства, его социальную стабильность и международную привлекательность.

7 Культурные факторы. Культура и культурная политика призваны играть важную роль в формировании положительного имиджа государства. Культурная составляющая содержит в себе значительный ресурс эффективного позиционирования страны в международном пространстве коммуникаций [76, с. 10].

Культурный компонент рассматривается как один из базовых элементов имиджа государства, включающий философию, символы, национальные традиции, язык, искусство, религию, систему ценностей и традиции, которые формируют его идентичности. Он играет важную роль в формировании исторической памяти, легитимности государственной власти и национальной самобытности.

Культура выступает важным инструментом формирования положительного образа государства, поскольку она способствует распространению национальной идентичности и формированию привлекательного образа страны за рубежом. Культурные особенности формируют уникальность государства и позволяют выделить его среди других стран.

Имидж страны с точки зрения культурного фактора, может включать как объективные, так и субъективные компоненты:

– объективные аспекты стратегических компонентов связаны с качеством их разработки и информирования населения;

– субъективные – с восприятием их по отдельности и в целом внутренней и внешней общественностью.

Объективные и субъективные аспекты требуют анализа качества, уровня, глубины проработки компонентов и исследования эффектов их восприятия, что и составляет содержание имиджа у различных аудиторий», – отмечает И. П. Яковлев [83, с. 19].

8 Научные факторы (международные космические проекты, развитие системы научных институтов и их «весомость» на международной арене).

9 Образовательные факторы (обмен преподавателями и студентами, конкурентоспособность выпускников вузов, открытие международных программ).

10 Спортивные факторы (проведение и организация международных спортивных мероприятий, процент победителей в общем зачете) [18, с. 50].

11 Исторические факторы. Значительное влияние на формирование имиджа государства оказывают исторические факторы. Историческое прошлое, значимые события, участие в международных конфликтах и сотрудничестве формируют основу восприятия государства. Историческая память оказывает влияние на формирование устойчивых стереотипов, которые могут сохраняться в течение длительного времени и определять отношение к государству на международной арене.

12 Географические факторы. Географические факторы также играют важную роль в формировании имиджа государства. Географическое положение, природные ресурсы, климатические условия и территориальные особенности формируют представления о государстве и его возможностях. Они оказывают влияние на экономическое развитие, политическую стратегию и международное положение страны.

Образ включает природно-географический портрет, имеющий культурно-цивилизационную доминанту, которой может быть то, что понимаем под символом культурного наследия конкретной страны, составляющим историческое наследие

этой страны, узнаваемое в мире. Широко известно, что государственные символы включают в себя герб, флаг, гимн. Это визуально-звуковые и текстовые аналоги логотипов организаций. Они создаются надолго и играют стратегическую роль как элементы идентичности страны [83, с. 19].

13 Информационные факторы. В условиях цифровизации и глобализации возрастает роль информационных технологий в процессе формирования имиджа государства. Информационное пространство становится ареной конкуренции, где государства используют различные инструменты для продвижения своих интересов. Недостаток информационных контактов приводит к росту непонимания и напряженности между государствами, что подчеркивает необходимость активной информационной политики.

В условиях современного информационного общества значительное влияние на восприятие государства оказывают СМИ и коммуникации [21, с. 37].

Информационный фактор приобретает особое значение в условиях глобализации и развития цифровых технологий. Чем меньше информационных контактов между людьми, тем выше уровень непонимания и напряженности. Это свидетельствует о необходимости активного использования информационных ресурсов для формирования позитивного имиджа государства [79, с. 46].

При этом информационные потоки могут как способствовать формированию положительного имиджа, так и формировать негативное восприятие.

14 «Мягкая сила». В современных условиях важное значение приобретает концепция «мягкой силы», которая рассматривается как один из ключевых факторов формирования имиджа государства. Она предполагает использование культурных, идеологических и информационных ресурсов для достижения внешнеполитических целей [6, с. 44]. Это позволяет государству формировать предпочтения других акторов без применения принуждения и способствует укреплению его позиций на международной арене.

В структуре внешнеполитического имиджа выделяются такие компоненты, как политико-географический, цивилизационно-культурный, социально-ментальный и национально-ценностный образы. Эти компоненты формируются под

воздействием различных факторов и в совокупности определяют общий образ государства.

Имидж государства складывается при постоянном взаимодействии разнородных факторов. Одни факторы способны усиливать действие других, другие – ослаблять. Данный имидж носит динамический характер – он меняется под влиянием политических, экономических и информационных процессов.

В настоящее время большое значение имеет способность государства адаптироваться к изменениям международной обстановки, а также умение эффективно задействовать доступные ресурсы для выстраивания положительного образа.

Таким образом, формирование имиджа государства на международной арене – это сложный многокомпонентный процесс. В его структуру входят политические, экономические, социальные, культурные, исторические, географические и информационные составляющие. Классификации выделяют условно-статические и условно-динамические факторы, внешние и внутренние, а также отраслевые компоненты. Ключевая роль отводится «мягкой силе», культурной идентичности и информационным технологиям, которые в совокупности определяют устойчивость и привлекательность образа страны в глобальном пространстве.

Глава 2 Особенности формирования внешнеполитического имиджа России в информационном пространстве в современных условиях

2.1 Структура, средства и механизмы формирования внешнеполитического имиджа России

В современных условиях развития международных отношений, характеризующихся усилением глобальной конкуренции и трансформацией мировой политической системы, особую актуальность приобретает проблема формирования внешнеполитического имиджа государства. Национальный имидж выступает важным инструментом позиционирования страны на международной арене и оказывает существенное влияние на характер ее взаимодействия с другими государствами.

Процесс формирования национального имиджа – это также процесс демонстрации национального развития, показывающий географические, исторические и цивилизационные особенности страны, представляющий объемный и всесторонний национальный образ [41, с. 173].

Формирование ВПИ РФ рассматривается как одна из приоритетных задач государственной политики, поскольку от него зависит уровень доверия к стране, ее авторитет и способность эффективно реализовывать внешнеполитические интересы. Важную роль в данном процессе играют СМИ, которые формируют образ России через освещение политических событий, международной деятельности и внутренней политики. При этом характер информационного освещения во многом определяется внешнеполитическими установками государств, что приводит к формированию неоднозначного восприятия России в различных странах.

Конструирование политического имиджа России в зарубежных медиа осуществляется посредством отбора и интерпретации информации. В американских медиа значительное внимание уделяется вопросам внешней политики и безопасности, что формирует специфический образ России как активного участника международных процессов [22, с. 40].

Политический имидж России в современном массмедийном пространстве формируется в условиях информационного противоборства, где различные акторы стремятся навязать собственную интерпретацию событий. Это приводит к формированию противоречивого образа страны, сочетающего как позитивные, так и негативные характеристики, что обусловлено различиями в подходах к освещению международных событий [53, с. 26].

Имиджевая составляющая закрепляется в Концепциях внешней политики Российской Федерации (КВП РФ), в которых определяются ключевые направления позиционирования страны на международной арене. В этих документах подчеркивается стремление к формированию многополярного мира и укреплению национального суверенитета [42, с. 3].

В новой редакции КВП РФ 2023 г. акцент смещается на системное формирование благоприятного международного образа страны [1]. Подчеркивается необходимость целенаправленной работы по укреплению восприятия России как современного, ответственного участника мировой политики.

Ключевым индикатором смены внешнеполитической парадигмы России стало отношение к концепции «мягкой силы». В КВП РФ 2016 г. (утратила силу) этот инструментальный рассматривался как неотъемлемая часть дипломатического арсенала, направленная на формирование позитивного образа страны [4]. Однако в КВП РФ 2023 г. происходит демонстративный отказ от западной модели «мягкой силы» в пользу «реальной» силы и «гуманитарной политики», что отражает переход от стратегии привлечения симпатий к защите ценностного суверенитета. Сравнение основных параметров представлено в таблице 1.

Особое внимание уделяется информационному сопровождению внешнеполитической деятельности: предполагается активное донесение до международной аудитории достоверной информации о позиции России по ключевым глобальным вопросам, а также разъяснение внутренней политики и социально-экономических процессов.

Таблица 1 – Сравнение подходов к «мягкой силе» в КВП РФ 2016 и 2023 гг. [1; 4; 30, с. 288; 62, с. 309]

Критерий сравнения	КВП РФ 2016 г.	КВП РФ 2023 г.
Понимание «мягкой силы»	Комплексный инструментальный наряду с классической дипломатией	Отказ от «мягкой силы» в пользу «реальной» и «гуманитарной политики»
Основные инструменты	Информационно-коммуникационные технологии, общественная дипломатия	Защита традиционных ценностей, противодействие неолиберальной повестке, «умная сила»
Ключевая цель	Формирование позитивного восприятия России	Отстаивание цивилизационной идентичности и информационного суверенитета

Аналогичные, но еще более резкие изменения произошли в сфере информационного обеспечения внешнеполитической деятельности. Если в 2016 г. главной задачей было донесение до мировой общественности объективной информации о позиции России, то к 2023 г. на первый план выходит активное противодействие дезинформации и устранение информационного доминирования недружественных государств [1].

Количественный рост объема соответствующего раздела (со 167 до 256 слов) свидетельствует о возрастающей роли информационной войны как одного из главных фронтов современного геополитического противостояния [4]. Сравнение подходов к информационному обеспечению в КВП РФ 2016 и 2023 гг. представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнение подходов к информационному обеспечению в КВП РФ 2016 и 2023 гг. [1; 4; 62, с. 310; 67, с. 8]

Критерий сравнения	КВП 2016 г.	КВП 2023 г.
Основная задача	Доведение объективной информации о позиции России	Формирование позитивного восприятия в условиях информационного противодействия и борьба с дезинформацией
Приоритетные направления	Усиление присутствия российских СМИ за рубежом	Устранение доминирования недружественных государств в информационных потоках, защита исторической правды
Объем раздела (кол-во слов)	167 слов	256 слов

В рамках КВП РФ 2023 г. важным направлением становится развитие инструментов внешнего информационного влияния, способных эффективно работать с общественным мнением за рубежом. Тем самым закрепляется понимание того, что внешняя политика включает не только дипломатические и экономические меры, но и активную коммуникационную стратегию, направленную на формирование устойчивого и позитивного имиджа государства на международной арене [1].

КВП РФ 2023 г. подчеркивает необходимость дифференциации внешних отношений с различными странами, а также стремление России к формированию более справедливого и многополярного мироустройства. Это отражает изменения в подходе России к внешней политике и принципиальное отличие новой концепции от предыдущих версий.

Если цели КВП РФ 2023 г. характеризуют качественную сторону внешнеполитической стратегии, то количественный анализ текста концепций позволяет выявить фактические приоритеты, закреплённые в документе. Сравнение числа слов в основных тематических блоках КВП 2016 и 2023 гг. представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ частоты употребления тематических блоков в КВП РФ 2016 и 2023 гг. [1; 4; 67, с. 323]

Тематические блоки	Число слов в КВП РФ	
	2016	2023
Формирование справедливого и устойчивого мироустройства	261	449
Верховенство права в международных отношениях	369	338
Укрепление международной безопасности	1325	1530
Международное экономическое и экологическое сотрудничество	753	684
Международное гуманитарное сотрудничество и права человека	569	931
Информационное сопровождение внешнеполитической деятельности Российской Федерации	167	256

Сопоставление объемов разделов показывает три тенденции. Рост числа слов зафиксирован в блоках «Укрепление международной безопасности»,

«Формирование справедливого и устойчивого мироустройства» и наиболее значительно – «Международное гуманитарное сотрудничество и права человека».

Снижение наблюдается в разделах «Верховенство права в международных отношениях» и «Международное экономическое и экологическое сотрудничество». Блок «Информационное сопровождение», объем которого вырос, подтверждает усиление роли информационного противостояния.

В КВП РФ 2016 г. данный раздел присутствовал как самостоятельное направление. В нем в качестве ключевой задачи было сформулировано доведение до мировой общественности объективной информации о позиции России по основным международным проблемам, ее внешнеполитических инициативах и действиях, а также о процессах социально-экономического развития страны и достижениях российской культуры и науки [4].

В качестве приоритетных инструментов для достижения этой цели в документе назывались участие институтов гражданского общества в решении международных проблем, использование ресурса общественной дипломатии, а также международное культурное и гуманитарное сотрудничество, которые рассматривались как средство налаживания межкультурного диалога и обеспечения взаимопонимания между народами. Таким образом, в КВП РФ 2016 г. акцент делался на продвижении позитивного образа и информационном присутствии России в мире.

В КВП РФ 2023 г. раздел об информационном сопровождении не только сохранился, но и был существенно переработан с учетом изменившейся геополитической обстановки. В документе прямо говорится о необходимости противодействия скоординированной антироссийской пропагандистской кампании, осуществляемой на систематической основе недружественными государствами и включающей в себя дезинформацию, клевету и разжигание ненависти [1].

Для формирования объективного восприятия России за рубежом и укрепления ее позиций в мировом информационном пространстве Российская Федерация намерена уделять приоритетное внимание доведению до широкой иностранной аудитории правдивой информации о внешней и внутренней политике страны, ее

истории и достижениях, а также содействовать распространению информации, способствующей упрочению международного мира и взаимопонимания. Принципиально важным нововведением стало обеспечение защиты от дискриминации за рубежом и содействие в укреплении позиций в мировом информационном пространстве российских средств массовой информации и массовых коммуникаций, в том числе отечественных цифровых информационных платформ.

Также в документе подчеркивается необходимость совершенствования инструментов и методов информационного сопровождения внешнеполитической деятельности путем повышения эффективности использования современных информационно-коммуникационных технологий, включая социальные сети [1].

Таким образом, если КВП РФ 2016 г. делала упор на позитивное информирование и «мягкую силу», то КВП РФ 2023 г. смещает фокус на активное противодействие информационным угрозам, защиту российского информационного пространства и поддержку отечественных СМИ за рубежом, что отражает переход к более жесткой модели информационной безопасности как одному из ключевых национальных интересов.

Для системного анализа того, как Россия формирует и транслирует свой образ на международной арене, необходимо выделить структуру внешнеполитического позиционирования. Под структурой понимается совокупность устойчивых, взаимосвязанных элементов, обеспечивающих целенаправленное воздействие на восприятие страны внешними акторами. Структура внешнеполитического позиционирования РФ представлена на рисунке 6.

Структура внешнеполитического позиционирования РФ включает четыре ключевых компонента – правовой, институциональный (Президент, МИД, Совет Безопасности, негосударственные акторы), содержательный (нарратив «государство-цивилизация», ценности, дифференциация стран) и средства и механизмы. Такая систематизация позволяет установить, что устойчивость позиционирования обеспечивается правовой и институциональной «рамкой», а

динамика и адаптация к внешним вызовам — за счет содержательных и инструментальных элементов.



Рисунок 6 – Структура ВПИ РФ [2; 49, с. 36]

Особый интерес представляет последний компонент — средства и механизмы, поскольку именно через него концептуальные установки транслируются в реальное коммуникативное пространство. Средства ВПИ РФ включают «мягкую силу», образовательную дипломатию и позиционирование.

Одним из ключевых средств формирования внешнеполитического имиджа является «мягкая сила», которая предполагает использование культурных, образовательных и гуманитарных ресурсов государства для достижения внешнеполитических целей. В отличие от «жесткой силы», основанной на принуждении, «мягкая сила» ориентирована на формирование привлекательности страны и добровольное принятие ее ценностей другими государствами [58, с. 25].

Использование «мягкой силы» в современной внешней политике России проявляется в развитии культурной дипломатии, образовательных программ и гуманитарного сотрудничества, что способствует укреплению международного авторитета страны и формированию позитивного восприятия России за рубежом. В этом контексте особое значение приобретает образовательная дипломатия, которая выступает важным инструментом формирования устойчивых связей и распространения знаний о стране [82, с. 181].

Образовательная среда играет значительную роль в формировании имиджа России, поскольку иностранные студенты, обучающиеся в российских вузах, становятся носителями определенных представлений о стране и распространяют их в своих государствах.

Образовательная дипломатия способствует формированию долгосрочного позитивного восприятия России в международном сообществе.

В то же время негативные события, такие как допинговые скандалы, могут оказывать существенное влияние на международный имидж страны, формируя негативные оценки и снижая уровень доверия со стороны международного сообщества. Имидж государства является динамичной категорией, подверженной влиянию как позитивных, так и негативных факторов [29, с. 103].

Внешнеполитическое позиционирование России осуществляется в условиях санкционного давления, которое оказывает значительное влияние на ее международный имидж. Экономические санкции используются как инструмент внешнеполитического воздействия и формируют дополнительные вызовы для государства, требуя адаптации внешнеполитической и экономической стратегии [35, с. 284].

Формирование миротворческого имиджа России является важным направлением внешнеполитической деятельности, поскольку участие в урегулировании международных конфликтов способствует формированию образа страны как ответственного и конструктивного участника международных отношений. Миротворческая деятельность позволяет укреплять позиции России на мировой арене и повышать ее авторитет.

Ряд стран целенаправленно искажает информацию о миротворческих операциях, проводимых Россией, преследуя первоочередные геополитические цели:

1 Создание в мире ложного образа «агрессивно-воинственной милитаристской России» в интересах ее международной изоляции и внешнеполитической маргинализации [78, с. 145].

2 Реализация в стратегическом масштабе дезинформационной кампании по очернению российского руководства. В этих целях положительные результаты

миротворчества России интерпретируются на противоположные в ходе враждебного гибридного воздействия и выступают в качестве объекта психолого-пропагандистских операций, клеветнических кампаний, информационных вбросов как в иностранные, так и некоторые отечественные СМИ.

3 Формирование в международном сообществе неадекватного и превратного восприятия внешней политики российского государства и его официальных представителей в ООН, ОБСЕ, других влиятельных наднациональных, гуманитарных и неправительственных организациях.

4 Позиционирование России в качестве основной угрозы современной цивилизации и фундаментальным демократическим ценностям субъектов западного мира.

5 Формирование в конфликтных регионах и странах настороженного, негативного и враждебного отношения к российским миротворцам, их созидательной миротворческой практике [78, с. 145].

Таким образом, внешнеполитический имидж России формируется под воздействием комплекса факторов, включая эволюцию подходов к «мягкой силе» и информационному обеспечению, зафиксированную в КВП РФ 2016 и 2023 гг., а также целенаправленную деятельность СМИ, образовательную дипломатию и участие в миротворческих операциях. Структура внешнеполитического позиционирования РФ включает правовой, институциональный, содержательный и инструментальный компоненты, причем ключевая роль отводится средствам трансляции – «мягкой силе», образовательным программам и противодействию дезинформации.

2.2 Роль СМИ и цифровых технологий в формировании имиджа России

В современных условиях развития информационного общества СМИ и цифровые технологии выступают ключевыми инструментами формирования внешнеполитического имиджа государства. СМИ выполняют не только функцию передачи информации, но и активно участвуют в ее интерпретации, формируя

определенное восприятие страны в международном общественном мнении. В этой связи формирование международного имиджа России зарубежными СМИ осуществляется посредством отбора фактов, их интерпретации и акцентирования отдельных аспектов политической, экономической и социальной жизни государства, что оказывает существенное влияние на восприятие России в глобальном информационном пространстве. При этом характер освещения России в зарубежных медиа во многом определяется текущей международной повесткой и политическими интересами конкретных государств, что приводит к вариативности и изменчивости ее медийного образа [65, с. 96].

СМИ в процессе коммуникации являются между государством и общественностью посредником. Они являются не только главным источником информации, но и основным способом воздействия на массовое сознание людей. По мнению американского политолога Г. Ласуэлла, СМИ выполняют следующие функции:

- 1 Наблюдение за миром (сбор и распространение информации).
- 2 Формирование общественного мнения.
- 3 Распространение культуры [39, с. 21].

Институт анализа пропаганды США предложил ряд основополагающих способов влияния на формирование медиаобраза в различных СМИ, к которым относятся:

1 Приклеивание ярлыков, благодаря чему у аудитории складывается негативное отношение к объекту, в частности, к государству, не на основании рациональных доказательств, а из-за навязанной отрицательной оценки.

2 «Сверкающие неопределенности» или навязывание мнения о неоспоримости престижа чего-либо, авторитетности.

3 Свидетельство или перенос авторитета к человеку, озвучивающему определенную точку зрения.

4 Подтасовка карт (отбор и тенденциозное преподнесение только положительных или только отрицательных фактов и доводов при одновременном замалчивании противоположных).

5 «Фургон с оркестром» (прием, в основе которого лежит апелляция к «стадному чувству»). Сюда же можно отнести и лидеров мнений [87, с. 97].

Особенно ярко роль СМИ проявляется в условиях геополитической напряженности, когда информационное пространство становится ареной противоборства различных точек зрения.

В таких условиях медиаобраз России формируется с учетом интерпретации международных событий, что нередко приводит к усилению негативных или конфликтных характеристик. Это обуславливает формирование противоречивого образа страны, который зависит от контекста освещения и политической позиции медиасубъектов. В подобных условиях информационные инструменты становятся не просто источником информации, а инструментом формирования общественного мнения и политического воздействия [59, с. 129]. Структура информационных инструментов представлена на рисунке 7.



Рисунок 7 – Структура информационных инструментов [14, с. 116; 22, с. 33; 63, с. 149; 66, с. 27]

1 Пресс-служба. Значительную роль в формировании имиджа государства играют официальные коммуникационные структуры, в частности пресс-службы. Их деятельность направлена на формирование и поддержание позитивного образа государства, обеспечение информационного сопровождения деятельности органов власти и взаимодействие со СМИ. Пресс-службы выступают важным элементом системы стратегических коммуникаций, формируя информационную повестку и влияя на характер освещения государственных инициатив. Через механизмы

официальной коммуникации государство получает возможность управлять информационными потоками и корректировать формирующийся образ.

Примером может послужить пресс-служба Президента РФ. Она предоставляет журналистам сведения о деятельности главы государства, организует пресс-конференции, брифинги, прямые линии и освещение официальных мероприятий (встречи, визиты, Послание Федеральному Собранию), формирует кремлевский пул, а также информирует Президента о реакции СМИ на его решения и выступления [66, с. 27].

Схожие, но специфичные для внешнеполитической сферы задачи решает пресс-служба Министерства иностранных дел РФ (МИД РФ). Центральные фигуры в этой системе – Министр иностранных дел РФ С. В. Лавров и официальный представитель МИД РФ М. В. Захарова. Их регулярные брифинги, заявления для прессы и комментарии призваны доносить до мировой общественности официальную позицию России, тем самым напрямую участвуя в противодействии информационным атакам и коррекции негативного имиджа страны на международной арене.

2 Реклама. Реклама, особенно ее национально-ориентированная разновидность, оказывает существенное влияние на формирование внешнеполитического имиджа страны, поскольку через коммерческие сообщения транслируются устойчивые представления о национальных ценностях, культурном наследии и характере народа. В современной российской рекламе активно формируется положительный образ России как «родной и любимой страны», что достигается за счет обращения к географическим и этнографическим особенностям, мифологизации национального характера (открытость, щедрость, доброта) и использования патриотического подтекста [63, с. 146].

3 PR-технологии. PR является ключевым инструментом формирования имиджа России в глобальном информационном пространстве. Они позволяют не только транслировать официальную позицию государства по ключевым международным вопросам, но и оперативно реагировать на возникновение репутационных угроз, выстраивая долгосрочные коммуникационные стратегии,

направленные на различные целевые аудитории за рубежом. Структура PR-технологии представлена на рисунке 8.

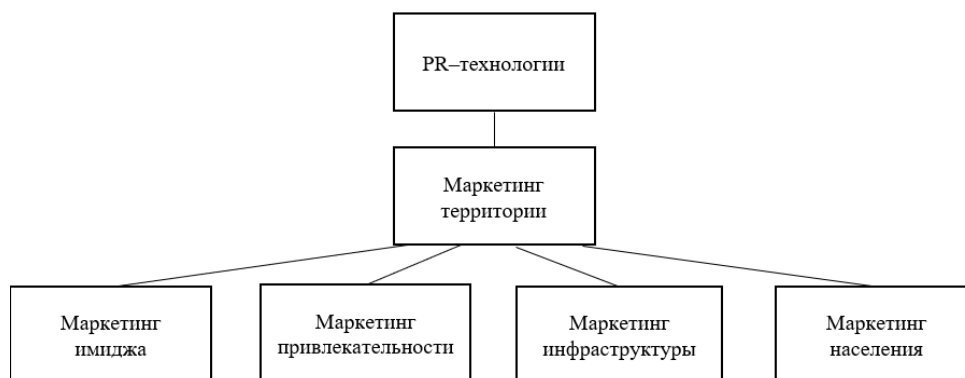


Рисунок 8 – Структура PR-технологии [14, с. 116]

Эффективной технологией здесь выступает маркетинг территории, который включает четыре стратегии – маркетинг имиджа (создание положительного образа), маркетинг привлекательности (повышение притягательности для человека), маркетинг инфраструктуры (привлечение бизнеса) и маркетинг населения (работа с кадрами) [14, с. 116].

Эти инструменты реализуются через позиционирование страны в международных рейтингах, организацию официальных визитов, взаимодействие со СМИ, проведение имиджевых мероприятий, а также через формирование инвестиционной и туристической привлекательности.

4 Интернет СМИ.

Конструирование политического имиджа России в зарубежных медиа осуществляется с использованием различных коммуникативных стратегий, включая выбор тематики публикаций, интерпретацию событий и использование оценочной лексики.

К Интернет СМИ можно отнести социальные сети. Они являются одним из инструментов формирования политического имиджа на современном этапе развития политических и технологических отношений в глобальном измерении.

Однако в сложившейся традиции политических мировоззрений есть определенный посыл, при котором имидж страны соединяется с имиджем ее главы. Некоторые исследователи видят в этом перспективу для формирования деструктивных отношений, рассуждая, например, об имидже России сегодня: «Так как имидж Российской Федерации тесно связан с личностью Президента РФ – В. В. Путиным, СМИ часто ставят его имя в заголовки своих публикаций, тем самым не только привлекая внимание аудитории к публикуемому материалу, но и внося деструктив» [22, с. 33]. Информационные стратегии СМИ представлены на рисунке 9.



Рисунок 9 – Информационные стратегии СМИ [11, с. 808]

Визуальные приемы российской стратегии включают использование Георгиевской ленты, православных храмов, образов героев войны и Дня Победы, а также элементов традиционной культуры. Риторические приемы направлены на апелляцию к патриотизму, исторической гордости и национальной идентичности. Эти приемы системно применяются в контенте на платформах VK Клипы и RutubeShorts, формируя образ России как сильной, стабильной и самобытной державы [11, с. 808].

В американских СМИ образ России часто формируется через акцентирование ее внешнеполитической активности, участия в международных конфликтах и решением вопросов безопасности, что способствует закреплению определенных представлений о стране в сознании аудитории. Это свидетельствует о том, что СМИ не только отражают реальность, но и активно участвуют в ее конструировании [22, с. 37]. Конкретными примерами, иллюстрирующими данное

теоретическое положение на практике, могут служить публикации ведущих зарубежных печатных и онлайн-изданий, в которых образ России конструируется посредством отбора определенных тем, оценочной лексики и визуальных средств. Зарубежные СМИ, демонстрирующие ВПИ РФ представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Зарубежные СМИ, демонстрирующие ВПИ РФ [7, с. 442; 36, с. 3; 65, с. 94]

	СМИ, примеры	Страна	Основные характеристики
Официальное издание	<i>CNN</i>	США	Формирует образ России через призму геополитической угрозы. Большая доля негативных реакций
	<i>Fox News</i>		Использует образ России как «агрессора», но содержит элементы, которые используются в российской пропаганде
	<i>The Guardian</i>	Великобритания	Формируют образ России через характеристики «авторитарный режим», «коррупция», «вмешательство во внутренние дела»
	<i>The Telegraph</i>		
	<i>The Independent</i>		
	<i>Le Figaro</i>	Франция	Образ строится вокруг негативного восприятия политической системы, особенно во внешнеполитическом контексте
	<i>Libération</i>		
	<i>Deutsche Welle</i>	Германия	Неоднозначный образ: присутствие как негативных, так и нейтральных материалов. Общее восприятие – критическое

Анализ зарубежных СМИ демонстрирует устойчивое доминирование негативного образа России, формируемого через геополитические, военные и политические нарративы. В отличие от западных медиа, российские СМИ, работающие за рубежом, ставят целью предложить альтернативную повестку, однако их восприятие как за пределами России, так и внутри страны имеет принципиально иные характеристики. Российские СМИ за рубежом, демонстрирующие ВПИ РФ представлены в таблице 5.

Российские СМИ за рубежом выполняют противоположные функции: официальные медиа продвигают государственную повестку и воспринимаются на Западе как инструменты пропаганды, а неофициальные находятся под запретом в России и ориентированы на оппозиционную аудиторию. Внутри страны государственные зарубежные каналы дублируют линию федерального телевидения,

не обладая самостоятельным влиянием, тогда как независимые издания блокируются и доступны лишь технически подкованным пользователям.

Таблица 5 – Российские СМИ за рубежом, демонстрирующие ВПИ РФ [составлено автором по: 54, с. 76]

	СМИ, примеры	Основные характеристики
Официальное издание	<i>RT (Russia Today)</i>	Альтернативы западным СМИ. Материал воспринимается не как «российский», а скорее «антизападный»
	<i>Sputnik</i>	
Неофициальное издание	<i>Meduza</i>	Критикуют официальный курс Кремля, позиционируют себя как независимые издания. Признаны в России «нежелательными организациями». Их основатели внесены в реестр «иностранцев-агентов»

Особенности формирования имиджа России в различных странах зависят от культурных, исторических и политических факторов. В частности, в сербском медиапространстве формируется преимущественно положительный образ России, что обусловлено исторической близостью, культурными связями и схожестью политических интересов [38, с. 184].

Когда мир условно разделен на «друзей» и «врагов», массовой аудитории, не всегда глубоко понимающей политические процессы, легче воспринимать информацию, так как у каждой страны есть четко установленная роль по отношению к России. Именно поэтому СМИ часто прибегают к использованию конструкта образа страны с точки зрения идентификационного подхода. На примере освещения Ирана в российских СМИ можно проследить, как формируется позитивный образ союзника, а также как нивелируются негативные аспекты, что свидетельствует о целенаправленном характере информационной политики. Таким образом, СМИ выполняют не только информационную, но и идеологическую функцию [50, с. 29].

Зарубежные СМИ играют важную роль в освещении политических событий в России, особенно в периоды обострения международных отношений. При этом характер подачи информации определяется политическими и идеологическими

установками, что приводит к формированию поляризованного и неоднозначного образа страны. Это проявляется в различиях в оценке одних и тех же событий, что влияет на формирование общественного мнения за рубежом. Таким образом, восприятие России во многом зависит от медиапространства конкретного государства [55, с. 21].

Существенное значение в формировании медийного образа России имеют языковые механизмы, используемые СМИ.

Журналисты умело ориентируют общественное мнение на восприятие крайне негативного образа России при помощи следующих основных приемов: контраст между будущим и настоящим России, негативные эпитеты по отношению к власти и судебной и политической системе, негативные эпитеты по отношению к описанию повседневной жизни, негативные эпитеты по отношению к государственным служащим, стилистически сниженные слова, оценочные слова [24, с. 10].

Метафорическое моделирование национальных стереотипов позволяет формировать устойчивые образы, закрепляющиеся в массовом сознании. В англоязычных СМИ образ России часто формируется через использование метафорических конструкций, которые усиливают эмоциональное восприятие информации и способствуют формированию определенных стереотипов. Это свидетельствует о важности лингвистических аспектов в процессе формирования имиджа государства.

Ниже приведены конкретные примеры милитарных метафор из англо-американских СМИ, формирующих представление о России:

1 *Russia's aggressive tactics in the face of Ukraine's work towards peace and democracy.* (Агрессивная тактика России на фоне усилий Украины по достижению мира и демократии) [9, с. 407].

2 *«Putin's Russia», therefore, would represent not a mortal threat to the international world order.* (Таким образом, «путинская Россия» не представляла бы смертельной угрозы международному миропорядку).

3 *Across the continent the hand of the Russian state has been perceived in an array of cyber-attacks on government and state institutions, in the phenomenon of «fake news»*

and disinformation, and in the targeted funding of opposition groups. (По всему континенту рука российского государства проявилась во множестве кибератак на правительство и государственные учреждения, в феномене «фейковых новостей» и дезинформации, а также в целенаправленном финансировании оппозиционных группировок).

4 But Russia's concerted effort to cultivate techniques of information warfare and non-military intervention over recent years is something new, says Keir Giles of the Conflict Studies Research Centre. (Но согласованные усилия России по развитию методов информационной войны и невоенного вмешательства в последние годы – это нечто новое, говорит Кир Джайлс из Исследовательского центра изучения конфликтов).

5 He believes the group's actions, like a hack on the German parliament (Bundestag) network, or publishing Islamist propaganda on France's TV5 Monde news website, fit in with the Kremlin's strategy. (Он считает, что действия группировки, такие как взлом сети немецкого парламента (Бундестага) или публикация исламистской пропаганды на новостном сайте французского телеканала TV5 Monde, соответствуют стратегии Кремля) [9, с. 407].

Как видно из примеров, использование военной метафоры (*attack* – атака, *strategy* – стратегия, *warfare* – ведение войны, *intervention* – вмешательство, *tactics* – тактика) приводит к активизации сферы-источника «война» и к восприятию всего комплекса сложных политических вопросов, имеющих множество причин, следствий, нюансов, с помощью знакомой и понятной читателю «схемы войны». Такая схема включает в себя две противоборствующие стороны, «свои» и «чужие», которые отстаивают определенные цели. Ее использование создает в массовом сознании имидж агрессора, врага, чужого, несущего опасность и смерть. В приведенных выше примерах можно увидеть отсылку к стереотипным представлениям о русских в заголовке «*Bears with keyboards: Russian hackers snoop on West*» («Медведи с клавиатурами: российские хакеры следят за Западом»), что еще раз говорит о том, что формирование имиджа происходит более эффективно,

если он опирается на стереотипные представления, глубоко укоренившиеся в структуре языковой картины мира определенного народа [9, с. 407].

Говоря об иерархическом элементе в когнитивной структуре войны, нельзя не сказать о главе государства, президенте В. В. Путине, чей имидж является важнейшим компонентом представления о стране в целом, формируемым в англоязычной прессе.

Ниже приведены несколько примеров того, как иностранные СМИ описывают Президента РФ:

1 *For many Americans, Vladimir Putin is perceived as some kind of international boogeyman, with alleged links to nefarious plots all over the world.* (Для многих американцев Владимир Путин воспринимается как своего рода международный монстр, предположительно связанный с гнусными заговорами по всему миру).

2 *Russian President Vladimir Putin, a judo black belt, appears to symbolise two of the martial art's key qualities – guile and aggression.* (Президент России Владимир Путин, обладатель черного пояса по дзюдо, по-видимому, символизирует два ключевых качества этого боевого искусства – коварство и агрессию).

3 *Mr Putin's state of the nation speech this year recognised that, focusing heavily on welfare instead of sabre-rattling at the West.* (В своей речи о положении в стране в этом году г-н Путин признал это, уделив особое внимание благосостоянию, а не бряцанию оружием в адрес Запада) [9, с. 408].

Эти примеры также демонстрируют агрессивный образ президента страны, его воинственный настрой в отношении Запада. В примере 1 он предстает в образе *international boogeyman* – международного монстра, что подчеркивает его силу, агрессивность, влияние на международной арене и при этом хорошо накладывается на стереотип «чужие», прочно устоявшийся в массовом западном сознании. В примере 2 автор умело использует известный всем факт о том, что Путин занимается боевыми искусствами, чтобы перенести качества последнего на образ президента. В последнем примере прямо говорится о «бряцании оружием на Западе», милитарная метафора *sabre-rattling at the West* четко относит поведение России на западе в качестве воинственного и агрессивного [9, с. 407].

Развитие цифровых технологий существенно изменило характер функционирования СМИ. Появление интернет-платформ и социальных сетей позволило значительно ускорить распространение информации и расширить аудиторию. В условиях пандемии *COVID–19* цифровые медиа стали основным каналом коммуникации, что усилило их влияние на формирование имиджа государств. Конкретным примером того, как цифровые медиа в условиях пандемии отразили и усилили существующие геополитические расколы, служат Албания и Сербия.

Сербия и Албания представляют собой государства, разделяющие диаметрально разные взгляды по отношению к России, и в условиях *COVID–19* это поляризация лишь усилилась. Сербские СМИ публикуют информацию, связанную с Россией часто, так как государства активно сотрудничают друг с другом по целому ряду направлений. Игрет роль и историческое прошлое обоих государств. В албанских СМИ Россия фактически не представлена, а имеющаяся информация зачастую носит негативный характер [37, с. 151].

Особенности формирования имиджа России в китайских СМИ обусловлены развитием стратегического партнерства между странами. В китайском медиапространстве образ России формируется с учетом политических и экономических интересов, что способствует формированию более сбалансированного и зачастую позитивного восприятия страны. Это свидетельствует о том, что имидж государства может существенно варьироваться в зависимости от культурного и политического контекста [74, с. 307].

На основе анализа китайских газет компоненты, составляющие национальный имидж России, суммируются следующим образом: великая страна, военная мощь, страна с развитой секретной службой, воплощение Советского Союза и страна на руинах Советского Союза. Для Китая это источник политического, национального, этнического и культурного опыта [12, с. 2119].

Китайско-российские отношения в китайских СМИ носят позитивный характер и в то же время оптимистичны в отношении дальнейшего развития [77, с. 24]. Они не только оцениваются положительно, китайские СМИ

также описывают Россию как союзника и партнера. Сообщения китайских СМИ сформировали образ России как сильного стратегического союзника, военной державы и союзника, который работает с Китаем, чтобы противостоять угрозам Соединенных Штатов и НАТО [33, с. 91]. Большинство материалов в китайских СМИ изображали Россию как стратегического союзника с сильным военным потенциалом и важного геополитического союзника против угроз Соединенных Штатов и НАТО [17, с. 352].

Россия упоминается как один из участников построения «справедливого и устойчивого мирового порядка» [90].

Сравнительный анализ публикаций в китайской газете «Жэньминь жибао» за 2020–2024 гг. позволяет выделить устойчивые и изменчивые элементы имиджевой репрезентации. К стабильным относятся: положительная оценочность («надежный», «устойчивый», «стратегический»), метафоры сопряжения («мост», «опора»), риторика доверия и взаимной выгоды [48, с. 253]. Схожие тенденции позитивной репрезентации России наблюдаются не только в китайской государственной прессе, но и в деятельности российского медиа *RT*, адаптирующего свой контент для китайской аудитории.

СМИ могут выступать инструментом политического воздействия и борьбы за национальные интересы, формируя определенный образ государства и влияя на международное общественное мнение. В условиях глобализации и информационной открытости медиaprостранство становится важной ареной реализации внешнеполитических стратегий, где формируется конкурентная среда различных информационных потоков. Это требует от государства активного участия в информационном взаимодействии и разработки эффективных коммуникационных стратегий [64, с. 89].

Особую роль в формировании международного имиджа России играют международные медиаструктуры, функционирующие в цифровой среде.

Рассмотрим опыт одного из популярных российских СМИ. *RT* в период с октября 2019 по март 2025 гг. опубликовал 27 467 постов на *Weibo*, касающихся России, что явно демонстрирует его усилия по формированию национального

имиджа России как внешнеполитического медиа страны [89, с. 52]. Среди видеоматериалов, посвященных социальной жизни в России, наибольшее количество просмотров набирают именно те, которые подтверждают или усиливают позитивное восприятие России китайской аудиторией. Это видео о природных зимних пейзажах России, о величественной и изысканной скульптурной эстетике страны, а также материалы, отражающие уже укоренившиеся в сознании китайской аудитории традиционные образы российского народа и государства [54, с. 76].

В процессе формирования положительного образа России *RT* также координированно сочетает имидж национального лидера с имиджем страны. Так, среди публикаций о России особую группу составляют материалы, направленные на создание персонального образа президента РФ В. В. Путина. Стиль подачи соответствует популярному в китайском сегменте соцсетей имиджу Путина как «жесткого, но одновременно доброго» лидера. Воспринимая подобный контент, аудитория неизбежно переносит личный образ главы государства на образ страны в целом, что способствует укреплению позитивного имиджа России в китайском информационном пространстве [54, с. 76].

Деятельность МИА «Россия сегодня» направлена на формирование альтернативной информационной повестки и продвижение российской точки зрения в международном информационном пространстве. Культурная дипломатия через медиа позволяет МИА «Россия сегодня» эффективно продвигать образ России как страны с богатой историей и самобытной культурой, способствуя установлению международного взаимопонимания.

В 2022 г. агентство запустило мультимедийный проект, посвященный деятельности России в рамках ООН. Специальные репортажи и интервью с российскими дипломатами показали, каким образом Россия вносит вклад в поддержание мира, борьбу с голодом и развитие устойчивой энергетики. Особое внимание уделяется экологическим проектам и инициативам в области здравоохранения. Был запущен проект, посвященный борьбе с глобальными вызовами в медицине, включая распространение инфекционных заболеваний. МИА

«Россия сегодня» продвигает тему международного научного сотрудничества [40, с. 104].

Таким образом, СМИ и цифровые технологии являются ключевыми инструментами формирования внешнеполитического имиджа России. Зарубежные медиа преимущественно транслируют негативный образ страны, используя милитарные метафоры и навешивание ярлыков. В отличие от них, китайские СМИ формируют образ России как стратегического союзника с устойчиво позитивной оценкой. Российские медиа за рубежом продвигают альтернативную повестку, адаптируя контент под национальные аудитории.

Глава 3 Проблемы и перспективы поддержания положительного внешнеполитического имиджа современной России в информационной среде

3.1 Основные вызовы и риски для внешнеполитического имиджа России в современном информационном пространстве

Формирование внешнеполитического имиджа России в современных геополитических условиях сопряжено с действием многочисленных вызовов и рисков, которые носят комплексный, взаимосвязанный характер. Устойчивый имидж государства подрывается не только целенаправленной дискредитацией российской внутренней и внешней политики со стороны западных институтов и СМИ, но и с реальными геополитическими противоречиями, военно-политической конфронтацией, а также долгосрочными внутренними дисбалансами, которые усугубляют негативное восприятие России на международной арене. Основные вызовы и риски ВПИ РФ представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Основные вызовы и риски ВПИ РФ [1; 3]

Вызовы и риски	Описание
1	2
Геополитическая конфронтация с НАТО	1 Активная конфронтация с НАТО, чья организационная политика последних лет основывается на стремлении к полному изоляционизму в отношении России. 2 Руководящие должностные лица Альянса, включая генсека, называют РФ прямой угрозой безопасности стран Запада. 3 Размещение дополнительных воинских контингентов и ударных вооружений НАТО вблизи российских границ, а также регулярные масштабные учения расцениваются Москвой как прямая угроза национальной безопасности. 4 Стратегическая концепция НАТО 2022 г., объявившая Россию «прямой угрозой», направлена на ее сдерживание и ослабление всеми доступными средствами
Внутренние социально-демографические риски	1 Сокращение численности населения, старение нации, региональные диспропорции создают долгосрочные риски для экономического и оборонного потенциала страны. 2 Неблагоприятная демографическая ситуация подрывает восприятие России как стабильного и динамично развивающегося государства

1	2
Распространение антироссийских настроений	1 Систематическое нагнетание образа «российской угрозы» со стороны западных политиков и СМИ. 2 Усилия иностранных государств по дестабилизации межнациональных и межрелигиозных отношений, раскол российского общества, нарастающая русофобия, дискредитация русского языка, культуры и традиционных религий, а также попытки искажения истории. 3 Целенаправленная дискредитация российской внутренней и внешней политики через использование либерально-оппозиционных структур и тиражирование недостоверной информации
Военно-политические риски	1 Объявление Российского государства «прямой угрозой» в документах НАТО, что легитимизирует наращивание военного потенциала Альянса на европейском фланге. 2 Отсутствие стремления западных государств идти навстречу Москве в вопросах ослабления напряженности; усиление антироссийских настроений в Европе

Наряду с геополитическими и внутренними вызовами, особую группу рисков для ВПИ РФ представляют действия в информационной сфере, требующие отдельного углубленного анализа.

Образ государства за рубежом формируется под влиянием совокупности факторов, включающих экономическое развитие, политическую систему, исторический опыт, культурные особенности и специфику внешнеполитической деятельности. При этом важнейшее значение приобретает не только реальное содержание политики государства, но и способы ее восприятия и интерпретации в глобальном информационном пространстве (ГИП), где одни и те же события могут получать различные оценки в зависимости от политических интересов участников международной системы [81].

Современные вызовы и риски для ВПИ РФ представлены на рисунке 10.

1 Информационная агрессия Запада. Системная стратегия западных государств направлена на ослабление российской государственности через массированную дезинформацию, очернение внешней политики, подрыв доверия к экономике и попытки переписывания исторических событий. В этих условиях российский внешнеполитический имидж подвергается целенаправленному разрушению с использованием широкого спектра коммуникативных и когнитивных технологий. Особую угрозу представляет собой искажение информации

алгоритмами искусственного интеллекта, что требует усиления контроля за языковыми моделями и развития систем верификации контента [68].

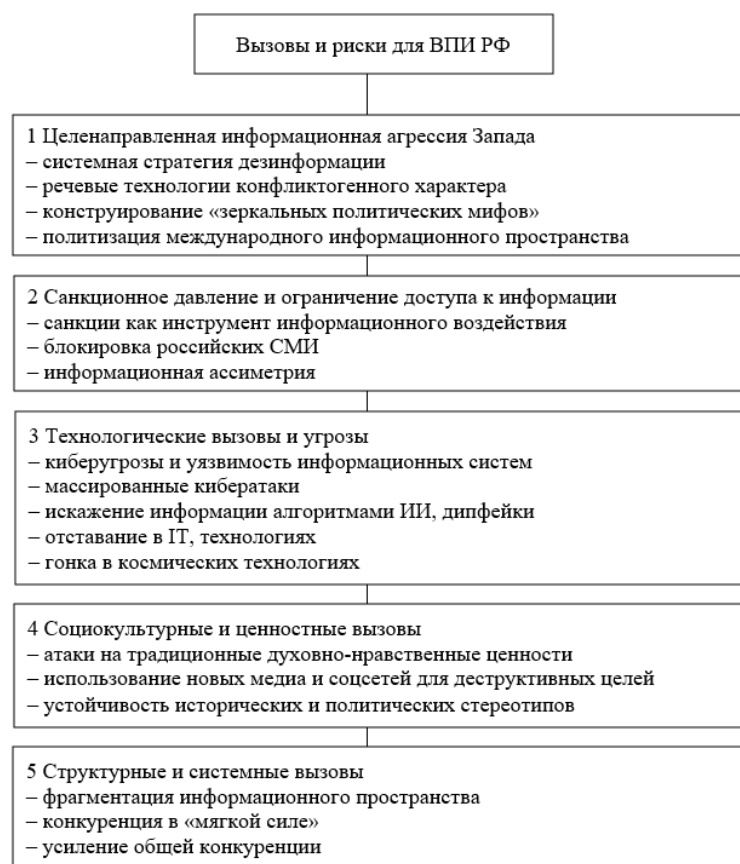


Рисунок 10 – Современные вызовы и риски для ВПИ РФ [15, с. 30; 20; 51; 52, с. 102; 68; 72]

В западном медиадискурсе применяются специальные речевые технологии, направленные на формирование конфликтогенного образа России. Среди них – стратегии дискредитации, навешивание ярлыков (*name-calling*), использование лексики с устойчиво негативной коннотацией и дисфемизмов. Эти технологии систематически используются в западных СМИ для создания образа России как «агрессора», «империи зла» или «непредсказуемого партнера», что препятствует формированию сбалансированного и объективного восприятия страны международной аудиторией.

Британские аналитические центры и медиа активно конструируют и тиражируют «зеркальные политические мифы» о России, обосновывающие

неизбежность конфликта с ней [52, с. 102]. Через манипуляцию образами власти, переписывание истории и нагнетание внешней угрозы на Западе формируется внутривластный консенсус для принятия непопулярных внешнеполитических решений, что напрямую воздействует на восприятие России.

Одним из ключевых вызовов формирования имиджа России является высокая степень политизации ГИП. СМИ и цифровые коммуникационные платформы на текущий момент выступают не просто каналами передачи информации, а полноценными участниками процесса создания смыслов и интерпретаций политических событий. Внешнеполитические шаги государств зачастую рассматриваются не в нейтральном ключе, а через призму геополитического соперничества и идеологических схем. Из-за этого даже официальные инициативы России могут получать неоднозначную трактовку. Что мешает выстраиванию сбалансированного и непредвзятого международного образа страны [72].

2 Санкционное давление и ограничение доступа к информации. Восприятие России серьезно зависит от санкционной политики. Она выполняет не только экономическую функцию давления, но и служит элементом информационного воздействия. Санкции создают долговременный негативный информационный контекст, который закрепляет ассоциации России с международной изоляцией и политической напряженностью. Также санкционное давление сопровождается активной работой медиа, что фиксирует определенные трактовки в международном общественном мнении. Санкции также меняют структуру информационных потоков – они ограничивают доступ к альтернативным источникам информации и усиливают зависимость аудитории от доминирующих интерпретаций. В итоге формируется асимметричное восприятие внешней политики России [70].

Эти же санкции усугубляют отставание России в таких критических областях, как микроэлектроника, ИТ-технологии и биотехнологии. Недостаточные вложения в научные исследования и опытно-конструкторские разработки затрудняют модернизацию экономики и укрепление технологического суверенитета [3].

Блокировку российских СМИ официальные представители определяют как «искусственный барьер», препятствующий доступу граждан западных стран к

альтернативной информации [69]. Подобная политика способствует фрагментации глобального медиапространства, что в итоге направлено на подавление инакомыслия. Санкционное давление не только сокращает возможности России по продвижению собственного внешнеполитического имиджа, но и лишает зарубежную аудиторию доступа к множеству разных точек зрения. В долгосрочной перспективе это усиливает негативные стереотипы и закрепляет предвзятое отношение к стране.

Отдельным значимым фактором выступает информационная асимметрия в глобальном медиапространстве. Современная система международных коммуникаций характеризуется высокой концентрацией информационного влияния в руках крупных транснациональных медиа, которые формируют значительную часть глобальной повестки. В таких условиях российские информационные ресурсы оказываются в менее выгодной позиции, поскольку их возможности влияния на международную аудиторию ограничены. Это приводит к тому, что интерпретация событий, связанных с Россией, часто осуществляется через внешние информационные каналы, что снижает уровень контроля государства над собственным образом в мировом информационном пространстве.

3 Технологические и цифровые вызовы. Существенным вызовом для внешнеполитического имиджа России выступает комплекс киберугроз и угроз информационной безопасности. В условиях цифровизации всех сфер общественной жизни и роста кибератак на информационную инфраструктуру уязвимость информационных систем создает риски утечек конфиденциальной информации, распространения недостоверных сведений и прямого манипулирования общественным мнением [15, с. 30]. Это способно нанести серьезный урон репутации России на международной арене.

Массированные кибератаки, зафиксированные в 2024–2025 гг., напрямую воздействуют на экономическую безопасность России и, как следствие, на ее международный имидж [25, с. 123].

Информационные войны ведутся не только техническими средствами, но и через целенаправленное конструирование и тиражирование в цифровой среде

критических нарративов о России – от фальсификации доказательств «вмешательства в выборы» до дискредитации гуманитарных миссий. Создание тысяч бот-аккаунтов, управляемых алгоритмами, и координация вбросов через анонимные каналы в социальных сетях и прокси-СМИ позволяют оппонентам оперативно усиливать любой негативный информационный повод, формируя у международной аудитории устойчивый образ «цифрового противника», тогда как верифицированные заявления официальных лиц России попадают в зону информационной блокады или намеренного искажения.

Подрыв доверия к российским финансовым и экономическим институтам за рубежом через кибервойны и информационные вбросы ведет к снижению инвестиционной привлекательности и международного авторитета страны.

Также ожидается гонка в сфере космических технологий.

4 Социокультурные и ценностные вызовы. Отдельный блок вызовов связан с информационными атаками на традиционные духовно-нравственные ценности. Используются фальсификация истории («войны памяти»), разжигание «войны полов» и «войны поколений», активное применение дипфейков [47, с. 117]. Эти действия направлены на подрыв культурной идентичности российского общества и разрушение межпоколенческой преемственности.

Новые медиа и социальные сети активно используются для распространения контента, направленного на подрыв общественного порядка, дискредитацию органов власти, искажение исторической правды и формирование протестных настроений [51]. Негативные информационные кампании, инициируемые за рубежом, быстро проникают в российское информационное пространство, воздействуя на восприятие страны как внешними, так и внутренними аудиториями.

Дополнительным вызовом является устойчивость исторических и политических стереотипов, которые продолжают оказывать влияние на восприятие России за рубежом. Образ государства часто формируется на основе ранее сложившихся представлений, которые воспроизводятся в медиадискурсе даже при наличии альтернативной информации. Это приводит к тому, что новые внешнеполитические инициативы России интерпретируются через призму уже

существующих образов, что затрудняет формирование обновленного и адекватного современным условиям имиджа страны [57].

5 Структурные и системные вызовы. Важным структурным вызовом является фрагментация современного информационного пространства, обусловленная развитием цифровых технологий, социальных сетей и алгоритмических систем распространения контента. Современная информационная среда утратила единый характер и представляет собой совокупность множества информационных сегментов, внутри которых формируются различные картины мира. Пользователи получают ту информацию, которая соответствует их уже существующим взглядам и установкам. Это усиливает информационную поляризацию и затрудняет формирование объективного восприятия международных процессов, включая внешнюю политику России [20].

Существенным вызовом является также проблема конкуренции в сфере «мягкой силы», которая в современных международных отношениях становится одним из ключевых инструментов формирования ВПИ. «Мягкая сила» включает культурные, образовательные, научные и гуманитарные инструменты влияния, направленные на формирование привлекательного образа государства. В исследованиях подчеркивается, что эффективность «мягкой силы» определяется ее системностью, последовательностью и интеграцией в общую стратегию внешней политики [75, с. 31]. Отмечается наличие значительного потенциала в данной сфере, однако его реализация носит фрагментарный характер, что ограничивает возможности формирования устойчивого позитивного образа страны за рубежом [19].

Дополнительным системным фактором, влияющим на международное восприятие России, выступает влияние внутренних социально-экономических и политических процессов на внешний имидж государства. В условиях глобальной информационной прозрачности внутренние события практически мгновенно становятся частью международной повестки и интерпретируются зарубежными медиа и экспертным сообществом. В современных условиях граница между внутренней и внешней политикой становится все более условной, поскольку

внутренние процессы государства напрямую отражаются на его международном образе [61, с. 150].

Существенным вызовом является усиление конкуренции в ГИП, где государства активно используют инструменты публичной дипломатии и информационного воздействия для продвижения собственных интересов.

Таким образом, внешнеполитический имидж России сталкивается с комплексом взаимосвязанных вызовов – от целенаправленной информационной агрессии Запада и санкционного давления до киберугроз, атак на традиционные ценности и фрагментации глобального медиапространства, что в совокупности создает высокую степень неопределенности и требует выработки адаптивной стратегии информационного позиционирования.

3.2 Перспективы и направления улучшения внешнеполитического имиджа России в контексте информационного пространства

В современных условиях перспективы формирования ВПИ РФ во многом определяются изменениями в международной системе и трансформацией глобального порядка. Либеральный мировой порядок переживает серьезный кризис, при этом открываются новые возможности и формируются новые вызовы для государств, включая Россию.

Происходит перераспределение влияния в пользу незападных стран и усиливается роль региональных центров силы, что создает для России условия для более активного внешнеполитического позиционирования [32].

Анализ современной российской внешней политики позволяет выделить несколько устойчивых направлений, которые формируют перспективы улучшения ВПИ РФ. Каждое из этих направлений опирается на конкретные предпосылки – от геополитических сдвигов и переориентации внешнеэкономических связей до активизации гуманитарных и культурных инструментов. Перспективы повышения ВПИ РФ представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Перспективы повышения ВПИ РФ [60; 85]

Перспективы	Предпосылки
1	2
Развитие сотрудничества с государствами глобального Юга	1 Россия позиционирует себя как противовес западному доминированию, делая упор на суверенитет, невмешательство и политический плюрализм. 2 Активно укрепляет связи с Азией, Ближним Востоком и Африкой
Расширение торгово-экономического взаимодействия с ключевыми партнерами	1 Индия – один из крупнейших внешнеторговых партнеров России. 2 Объемы двусторонней торговли значительно выросли. 3 Расширяется сотрудничество в фармацевтике, обороне и технологиях. 4 Переход на расчеты в национальных валютах
Развитие инструментов мягкой силы	1 Создание культурных и дипломатических центров в ОАЭ, Саудовской Аравии, странах Персидского залива для продвижения русского языка, культуры, образовательных программ. 2 Активизация Россотрудничества в Африке. 3 Открытие новых центров Фонда «Русский мир» в Бурунди и Уганде
Использование «удобрительной дипломатии»	1 Россия – ключевой поставщик удобрений и сельхозпродукции. 2 В 2025 г. обеспечила около четверти импорта удобрений для Бразилии и Индии. 3 «Удобрительная дипломатия» нацелена на страны глобального Юга, Америку и Европу для смягчения санкций
Расширение дипломатического, научного и образовательного сотрудничества	1 Расширение академических связей, участие в международных научных проектах, привлечение иностранных студентов. 2 Подписаны соглашения с Чадом, Эритреей, Джибути, Гвинеей. 3 Все больше африканских студентов учатся в российских вузах
Позиционирование России как сторонника многополярного миропорядка	1 Защитник суверенитета, предлагающий сотрудничество на основе равноправного партнерства. 2 Адаптация внешнеполитической стратегии к новым условиям международной системы
Избирательная дипломатия и экономическая интеграция	1 Сотрудничество в рамках ОПЕК+ – важная дипломатическая площадка для взаимодействия с крупными державами вне западных альянсов. 2 Энергетическое сотрудничество как форма «тихой дипломатии»
Устойчивость к внешнему давлению и укреплению суверенитета	1 Устойчивость к внешнему давлению и укрепление суверенитета Россия демонстрирует устойчивость, сохраняет влияние в ряде регионов и участвует в ключевых международных процессах

Направления, представленные в таблице 7, охватывают политические, экономические и гуманитарные аспекты позиционирования государства. Но в условиях цифровой трансформации международных отношений, когда основное геополитическое противостояние все чаще переносится в медиасферу, ключевое значение приобретают информационные перспективы улучшения внешнеполитического имиджа.

Именно эффективность коммуникационных стратегий, способность противодействовать дезинформации, адаптировать контент под национальные аудитории и укреплять цифровой суверенитет во многом определяют, насколько успешно Россия сможет транслировать свои ценности и достижения за рубежом. Информационные перспективы повышения ВПИ РФ представлены на рисунке 11.

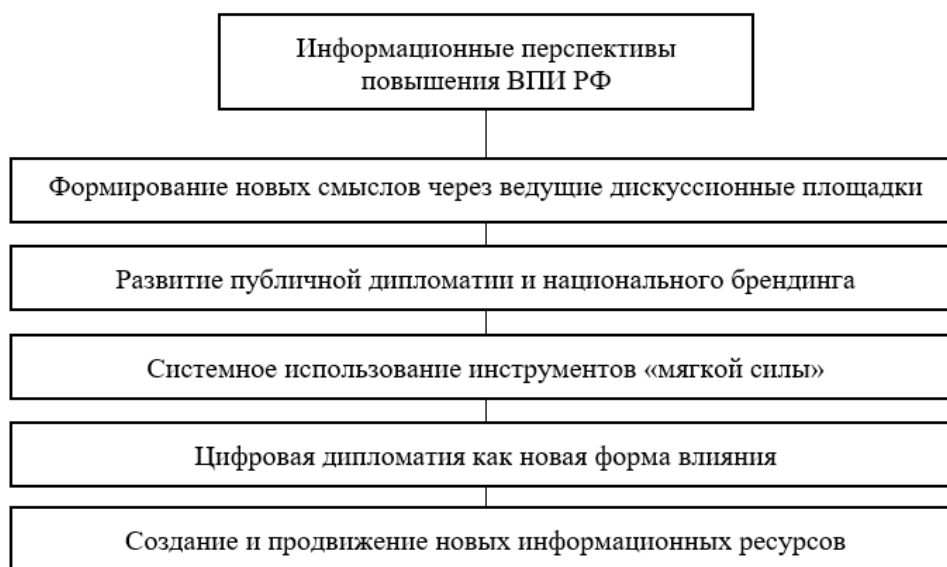


Рисунок 11 – Информационные перспективы повышения ВПИ РФ [13, с. 94; 26, с. 758; 44, с. 192]

1 Формирование новых смыслов через ведущие дискуссионные площадки. Важнейшей перспективой является институционализация новых смыслов и нарративов через ключевые дискуссионные площадки. Как показал анализ, Международный дискуссионный клуб «Валдай» является одной из немногих площадок, на которой не только обсуждают актуальные проблемы, но и формулируют стратегию развития на несколько лет вперед. Ориентиры во внешней политике, обозначенные на его заседаниях, становятся основой для работы органов власти, отвечающих за продвижение имиджа России на внешнюю аудиторию. Это позволяет формировать не реактивный, а проактивный образ, транслируя за рубеж целостные и долгосрочные смыслы, касающиеся роли России в формировании многополярного миропорядка [13, с. 94].

2 Развитие публичной дипломатии и национального брендинга [44, с. 192]. Существенным направлением улучшения имиджа является развитие публичной дипломатии как политики по проведению «мягкой силы» и брендинга. Россия уже создала расширенную инфраструктуру публичной дипломатии, реализуемую в разных странах [45, с. 82].

Перспективным представляется опора на такие уникальные ресурсы, как русский язык, историческое и культурное наследие, православная церковь. КВП РФ 2023 г. определяет стратегическую цель – формирование объективного восприятия России и укрепление ее позиций в мировом информационном и гуманитарном пространствах. В практической плоскости развитие получает программа национального бренда «Сделано в России», принятая Правительством в 2025 г., которая призвана объединить усилия по продвижению российской продукции и услуг, демонстрируя стране образ технологически развитого и надежного партнера.

3 Системное использование инструментов «мягкой силы». Первоочередное значение приобретает комплексное и долгосрочное применение инструментов «мягкой силы». Ключевыми направлениями здесь являются: дальнейшее развитие экспортно-ориентированного образования, продвижение русского языка и культуры, активная спортивная и гуманитарная дипломатия, а также наращивание внешнеполитического медиа-присутствия. Важной перспективой является расширение академических связей и привлечение иностранных студентов, что способствует формированию устойчивых связей и лояльности будущих элит [26, с. 758].

4 Цифровая дипломатия как новая форма влияния. Отдельного внимания заслуживает интеграция цифровых технологий во внешнеполитическую деятельность. Цифровая дипломатия сегодня представляет собой эффективный инструмент формирования внешнеполитического имиджа и воздействия на международную аудиторию. Она не подменяет собой традиционные дипломатические механизмы, однако заметно расширяет их возможности. Это касается в первую очередь публичной дипломатии и оперативной коммуникации. В условиях обостряющейся конкуренции в глобальном информационном

пространстве данные аспекты приобретают повышенную значимость. Перспективным направлением признается использование социальных сетей и официальных аккаунтов дипломатических представительств. Такой формат позволяет выстраивать прямой диалог с зарубежной аудиторией, минуя традиционные медиа-посредники.

5 Создание и продвижение новых информационных ресурсов. Для улучшения ВПИ РФ требуется создание принципиально новых отечественных информационных ресурсов, рассчитанных на зарубежную аудиторию. Это означает не только модернизацию действующих каналов (включая *RT* и *Sputnik*), но и запуск специализированных интернет-платформ под ключевые целевые аудитории в различных странах. Задача таких ресурсов – распространять не только новостной контент, но и материалы культурного, научного и исторического характера. В конечном счете это должно способствовать формированию привлекательного образа России как современного государства, обладающего богатым культурным наследием и развитыми технологиями.

Таким образом, улучшение ВПИ РФ на современном этапе складывается из нескольких составляющих. Сюда входят традиционные геополитические и экономические направления, а также информационные аспекты, роль которых возрастает. К числу последних относятся: формирование долгосрочных смысловых нарративов на ведущих дискуссионных площадках, планомерное развитие публичной дипломатии и национального бренда «Сделано в России», системное применение инструментов «мягкой силы», активное использование цифровой дипломатии для прямого контакта с зарубежной аудиторией и создание новых информационных ресурсов, ориентированных на внешнюю аудиторию.

Заключение

ВПИ на текущем этапе является одним из значимых факторов международного взаимодействия. Одновременно он служит инструментом для реализации национальных интересов. Глобализация, быстрое развитие цифровых технологий и рост информационного противоборства – все это ведет к повышению роли международного образа страны. Восприятие государства мировой общественностью оказывает влияние на уровень доверия к нему, характер дипломатических отношений, развитие экономического сотрудничества и положение в системе международных отношений.

ВПИ представляет собой сложную многокомпонентную систему, включающую объективные характеристики государства и субъективные механизмы их восприятия. На его формирование оказывают влияние политические, экономические, культурные, социальные, исторические и информационные факторы. Особое значение приобретают национальная идентичность, культурные ценности, эффективность государственной политики, уровень развития коммуникаций и способность государства адаптироваться к изменениям международной среды. В современных условиях имидж государства формируется не только через традиционные дипломатические инструменты, но и посредством информационных технологий, цифровых платформ, международных медиа и механизмов «мягкой силы».

Современный ВПИ РФ формируется в условиях высокой геополитической напряженности, санкционного давления и активного информационного противостояния. Существенное влияние на восприятие страны оказывают международные политические процессы, особенности освещения России в зарубежных СМИ, а также трансформация мировой политической системы. Внешнеполитическое позиционирование России основывается на идее многополярного мироустройства, защите государственного суверенитета, укреплении национальной идентичности и расширении гуманитарного сотрудничества. Важную роль в этом процессе играют государственные институты,

дипломатические структуры, международные медиаплатформы и механизмы информационного сопровождения внешней политики.

Значительное место в формировании образа России занимают средства массовой информации и цифровые технологии. Современные медиа не только распространяют информацию, но и формируют интерпретацию международных событий, оказывая влияние на общественное мнение и восприятие государства. Зарубежные СМИ зачастую транслируют противоречивый и негативный образ России, используя технологии акцентирования, эмоциональной оценки, политических и милитарных метафор. Одновременно российские международные медиа стремятся продвигать альтернативную информационную повестку, ориентированную на формирование более сбалансированного восприятия страны. Особое значение приобретают социальные сети, цифровые платформы, *PR*-технологии, культурная и образовательная дипломатия, позволяющие выстраивать долгосрочные коммуникации с зарубежной аудиторией.

Серьезным вызовом для поддержания положительного внешнеполитического имиджа России являются информационные войны, распространение дезинформации, санкционная политика и закрепление негативных стереотипов в международном медиапространстве. Усиление глобальной конкуренции в информационной сфере делает имидж государства уязвимым перед внешним воздействием и требует постоянного совершенствования механизмов внешнеполитической коммуникации. В этих условиях возрастает необходимость системного использования инструментов «мягкой силы», укрепления международного гуманитарного сотрудничества, развития культурных и образовательных программ, а также расширения присутствия России в мировом информационном пространстве.

Положительный ВПИ РФ является важным стратегическим ресурсом, напрямую связанным с международным авторитетом государства, его конкурентоспособностью и возможностью эффективно защищать национальные интересы. Формирование устойчивого и объективного образа страны требует комплексной государственной политики, сочетающей дипломатические,

информационные, культурные и цифровые инструменты воздействия. В современных условиях именно способность государства эффективно выстраивать международные коммуникации и формировать доверие мировой аудитории становится одним из важнейших факторов успешного внешнеполитического развития.

Список использованных источников

1 Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации : указ Президента Российской Федерации от 31 марта 2023 г. № 229 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2023. – № 14, ст. 2426.

2 О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации : указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2021. – № 27, ч. 3, ст. 5351.

3 О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года : указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2018. – № 20, ст. 2817.

4 Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации : указ Президента Российской Федерации от 30 ноября 2016 г. № 640 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2016. – № 49, ст. 6886.

5 Военная доктрина Российской Федерации : указ Президента РФ от 25 декабря 2014 г. № Пр-2976 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014. – № 52, ч. I, ст. 7542.

6 Анисимова С. Ш. Внешнеполитический имидж государства как атрибут современных международных отношений // Sciences of Europe. 2021. № 67–3. С. 42–45.

7 Баймашева М. Р. Репрезентация образа России с помощью языковых средств в западных СМИ (на примере заголовков интернет-изданий CNN, New York Times) // Молодой ученый. 2023. № 21(468). С. 441–443.

8 Бирюкова К. С. Методологические основы конструирования международного имиджа государства // Молодежь и системная модернизация страны: сборник научных статей 5-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых: в 6 томах. Курск. 19–20 мая 2020 года. Том 3. Курск: Юго-Западный государственный университет. 2020. С. 327–330.

9 Боброва Т. О., Кузнецова Е. Н. Метафорическое моделирование национальных стереотипов: образ России в англоязычных СМИ // МНКО. 2020. № 1(80). С. 406–408.

10 Бозаджиев М. Л. Политическая психология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М. : Издательский дом Академии Естествознания, 2015. 474 с.

11 Боюань В. Формирование национального имиджа в эпоху новых медиа: сравнительный анализ международных пропагандистских стратегий официальных аккаунтов Китая, США и России на коротких видеоплатформах. Нефилология. 2025. № 11(3). С. 802–812.

12 Ван П. Особенности освещения российско-китайских отношений в СМИ КНР // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 34. С. 2110–2126.

13 Ведерникова М. И. Новые векторы международного имиджа России // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2025. № 3. С. 89–102.

14 Володина Л. В. PR–технологии формирования имиджа страны // Российская школа связей с общественностью. 2010. № 1. С. 98–117.

15 Воронина И. Актуальные вызовы и угрозы информационной безопасности в российском обществе и праве XXI в. // Российско-азиатский правовой журнал. 2025. № 3. С. 28–31.

16 Галумов Э. А. Международный имидж современной России. М., 2004. 50 с.

17 Гао И. Современный образ США и России в китайских медиа // Мир науки, культуры, образования. 2022. № 3(94). С. 351–353.

18 Глинская И. Ю. Формирование и продвижение бренд-имиджа России // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2016. Т. 16, № 1. С. 46–53.

19 Головчанский В. М. Внешняя политика Российской Федерации на современном этапе // Научно-исследовательский центр проблем национальной безопасности. 2025. URL: <https://nic-pnb.ru/raboty-molodyx-uchyonyx/vneshnyaya-politika-rossijskoj-federaczii-na-sovremennom-etape/> (дата обращения: 28.04.2026).

20 Горшкова Е. А., Матвеев О. В. Геополитические позиции России в мировой политике XXI века // Материалы XVIII Международной студенческой научной

конференции «Студенческий научный форум». 2026. URL: <https://scienceforum.ru/2026/article/2018039303> (дата обращения: 28.04.2026).

21 Грибова Д. О. Построение имиджа государства в мировой политике // Научные записки молодых исследователей. 2023. № 1. С. 37–44.

22 Данилова Е. А., Зиновьеван А. А. Конструирование политического имиджа России в американских медиа // Социально-политические исследования. 2023. № 3(20). С. 34–46.

23 Дубив Н., Нелаева Г. Внешняя политика и публичная дипломатия: многообразие форм взаимодействия // Мировая экономика и международные отношения. 2018. № 62(2). С. 100–104.

24 Егоровцева Е. Д. Роль современных СМИ в формировании медиаобраза государства // Международный научный журнал «Слово в науке». 2021. № 2. С. 6–11.

25 Еловская М. А. Цифровой суверенитет и экономическая безопасность России в условиях современного роста киберугроз // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2025. № 3. С. 121–136.

26 Ефименко А. М. Концептуальные и прикладные аспекты реализации российской «мягкой силы» в современных международных отношениях // *Via in tempore*. История. Политология. 2025. Т. 52, № 3. С. 754–764.

27 Жеглова Ю. Г. Внешнеполитический имидж Российской Федерации: проблема целеполагания. Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2015. № 2(713). С. 43–55.

28 Жеглова Ю. Г. Трудности имиджевой политики в интересах Российской Федерации. Общество: политика, экономика, право. 2018. № 4. С. 10–12.

29 Зеленева И. В., Терехов М. С. Влияние Олимпийских игр на формирование имиджа России // Мировая политика. 2022. № 4. С. 98–108.

30 Зуев Н. А. Новая концепция внешней политики Российской Федерации: анализ основных положений // Вестник науки. 2023. Т. 1, № 5(62). С. 283–289.

31 Кенджетаева А. Имидж государства в международных отношениях: имидж и функции // Институт политических исследований при Фонде Т. Усубалиева. 2025. URL: <https://usubaliev-institute.org/> (дата обращения: 15.03.2026).

32 Комитет Государственной Думы по международным делам. Заседание на тему: «Без «либерального порядка»: открывающиеся возможности и новые вызовы». 2026. URL: <https://interkomitet.ru/blog/2025/12/29/zasedanie-na-temu-bez-liberalnogo-poryadka-otkryvayushhiesya-vozmozhnosti-i-novye-vyzovy/> (дата обращения: 28.04.2026).

33 Кошкарлова Н. Н. Образ России в китайских СМИ // Политическая лингвистика. 2021. № 3(87). С. 87–100.

34 Кузина С. И., Семеренко А. С. СМИ как инструмент влияния на формирование в массовом сознании благоприятного имиджа государства // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2022. № 3. С. 210–214.

35 Куксевич В. С. Экономические санкции и специфика их позиционирования в современных международных отношениях // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2022. № 1. С. 283–287.

36 Кулигина Е. А. Лингвокультурные характеристики образа России в современном англоязычном медиатексте (на материале британских и американских новостных статей) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2023. Т 14, № 4. С. 1–8.

37 Кунич З., Махмутай Б. Новые коммуникационные тенденции в сербских и албанских СМИ в эпоху пандемии COVID–19 как эффективное средство формирования имиджа России на Балканах 2020–2021 гг. // Litera. 2022. № 5. С. 144–154.

38 Кунич З., Музыкант В. Л., Панасенко Н. Особенности формирования имиджа России на медиаплатформах Сербии // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2022. № 1. С. 171–188.

39 Лассуэлл Г. Д. Техника пропаганды в мировой войне. М. : Центр соц. научн.-информ. исслед. РАН. ИНИОН, 2021. 237 с.

40 Лю Ч. МИА «Россия сегодня» как инструмент формирования международного имиджа России // Этносоциум и межнациональная культура. 2025. № 200. С. 100–106.

41 Лю Л., Янь Ц. Изучение национального имиджа в России // Политическая лингвистика. 2024. № 1(103). С. 171–178.

42 Лябухов И. В. Имиджевая составляющая в концепциях внешней политики Российской Федерации // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2011. № 2(14). С. 1–9.

43 Майоров И. Е. Формирование политического имиджа России через студентов РКИ в Германии: вызовы и перспективы // PolitBook. 2025. № 2. С. 109–133.

44 Малышко Ю.А. Обзор программы по продвижению российской продукции за рубежом под национальным брендом «Сделано в России» // Общество: политика, экономика, право. 2025. № 10. С. 191–195.

45 Матвеевская А. С., Дьякова С. А. Публичная дипломатия и национальный брендинг Российской Федерации // Россия в глобальном мире. 2025. Т. 28, № 1. С. 73–91.

46 Матосян А. Э. Публичная дипломатия и мягкая сила: формирование позитивного имиджа государства // Международные отношения. 2024. № 4. С. 32–42.

47 Мелихов А. И., Харченко А. В. Угрозы национальной безопасности, посягающие на традиционные духовно-нравственные ценности Российской Федерации // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2025. №. 4. С. 114–121.

48 Минъян Л. Формирование национального имиджа в освещении китайско-российских экономических отношений: на примере газеты «Жэньминь жибао» // Litera. 2025. № 8. С. 247–259.

49 Михалева А. А. Нормативно-правовая и институциональная система регулирования внешнеполитического курса современной России // Контентус. 2021. № 3(104). С. 34–45.

50 Мовсисян С. Г. Формирование образа «своего» государства в российских СМИ на примере Ирана // Научные записки молодых исследователей. 2025. № 5. С. 27–33.

51 Москалева А. Шойгу обсудил угрозы, которые новые медиа представляют для РФ и СНГ // Aif.ru. URL: <https://aif.ru/politics/world/shoygu-obsudil-ugrozy-kotorye-novye-media-predstavlyayut-dlya-rf-i-sng> (дата обращения: 16.03.2026).

52 Москаленко О. А., Ирхин А. А. «Зеркальный» политический миф о России: роль Великобритании в формировании позиции коллективного запада в отношении неизбежной войны с Россией // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2024. № 1. С. 100–109.

53 Муртазин Р. А. Особенности политического имиджа России в массмедийном пространстве современности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2025. № 1. С. 22–31.

54 Мэннань К. Национальный имидж России в китайских социальных сетях (на примере деятельности аккаунта RT в Weibo) // Филология: научные исследования. 2025. № 6. С. 69–81.

55 Набиркин В. О. Особенности освещения политических событий в России зарубежными средствами массовой информации в период обострения российско-американских противоречий с 2014 г. по настоящее время // Диалог. 2025. № 3(33). С. 21–24.

56 Насыров И. Р. Нематериальные ресурсы парадипломатии в российской внешней политике // Обозреватель – Observer. 2025. № 2(409). С. 63–75.

57 Наумов А. Итоги внешней политики России в 2025 году // Lenta.ru. 2025. URL: <https://lenta.ru/articles/2025/12/29/naumov/> (дата обращения: 28.04.2026).

58 Наумов А. О. «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации // Перспективы. Электронный журнал. 2015. № 4. С. 21–32.

59 Нурбагомедова З. Р. Медиаобраз России в зарубежных СМИ в контексте специальной военной операции // Вестник ВУиТ. 2024. № 2(44). С. 128–136.

60 ОТР. «С Россией придется считаться». Каких успехов добилась РФ в уходящем 2025 году и какие вызовы ее ждут в 2026-м. 2025. URL: <https://otr-online.ru/articles/-s-rossiei-bridetsya-schitatsya-kakih-uspehov-dobilas-rf-v-uhodyashche-godu-i-kakie-vyzovy-ee-zhdut-v-m-303732.html> (дата обращения: 28.04.2026).

61 Полуянова И. С. Проблемы и вызовы для имиджевого потенциала Российской Федерации в условиях информационной глобализации // Молодой ученый. 2021. № 7(349). С. 149–151.

62 Примаков А. В. Политологический анализ новой концепции внешней политики Российской Федерации // Право и управление. 2023. № 6. С. 308–311.

63 Ремчукова Е. Н., Омеляненко В. А. Имидж страны в рекламном дискурсе: между коммерческой и социальной составляющей // Научный диалог. 2020. № 9. С. 144–158.

64 Решетняк С. Р. Средства массовой информации как инструмент борьбы за национальную свободу через призму формирования медиаобраза государства // Вестник экспертного совета. 2023. № 3(34). С. 83–91.

65 Романова И. В., Черенкова Е. В. Формирование международного имиджа России зарубежными СМИ // Вестник ЗабГУ. 2022. № 6. С. 90–100.

66 Сибгатуллин М. Х., Хулагов Р. Д. Роль пресс-службы в формировании имиджа Президента Российской Федерации // Коммуникология: электронный научный журнал. 2020. № 2. С. 24–32.

67 Сироткин М. С., Баженова М. В. Сравнительный контент-анализ концепций внешней политики РФ: 1993–2023 гг. // Власть. 2024. № 5. С. 1–9.

68 Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Инструменты противодействия информационной агрессии Запада против Российской Федерации. URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/roundtables> (дата обращения: 16.04.2026).

69 Совина М. Захарова рассказала о создании Западом барьера для доступа граждан к российским СМИ // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2025/09/29-zaharova-rasskazala-o-sozdanii-zapadom-bariera-dlya-dostupa-grazhdan-k-rossiyskim-smi/amp/> (дата обращения: 16.04.2026).

70 Стрельцов Д., Торкунов А. Российская политика поворота на Восток: проблемы и риски // Российский совет по международным делам. 2023. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/comments/rossiyskaya-politika-povorota-na-vostok-problemy-i-riski/> (дата обращения: 28.04.2026).

71 Татаринова А. В. Теоретические подходы к изучению образа государства. Факторы, влияющие на образ государства // Молодой ученый. 2019. № 46(284). С. 223–227.

72 Токолькошев Д. Современные вызовы в отношении устойчивости и стабильности внешней политики России // Институт статистического анализа и прогноза. 2022. URL: <https://isap.center/analytics/97> (дата обращения: 28.04.2026).

73 Харбих С. К. Международный имидж государства. Факторы формирования // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 2. С. 308–314.

74 Хоу Ц., Дай С. Статус исследования образа России в китайских СМИ с 21 века // Вестник Педагогического университета. 2022. № 6–2(101). С. 305–310.

75 Цыганов В. Е. «Мягкая сила» как инструмент формирования имиджа субъекта международных отношений // АНИ: экономика и управление. 2020. № 4(33). С. 29–32.

76 Чеботарева Н. И. Роль культурного фактора в формировании международного имиджа государства // Культура: теория и практика. 2017. № 4 (19). С. 1–12.

77 Чэнь Ц. Образ России в китайских СМИ // Культура и цивилизация. 2020. Т. 10, № 2–1. С. 22–28.

78 Шамаров П. В. Повышение миротворческого имиджа России: актуальность, сущность и значение // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2020. № 4(841). С. 143–149.

79 Шарафутдинова Э. В. Роль информационного фактора в формировании имиджа государства на международной арене // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2011. № 1. С. 46–51.

80 Шестопап Е. Б. Образы государств, наций и лидеров. М. : Аспект Пресс, 2008. 288 с.

81 Шоботенко А. В. Объективные факторы влияния на имидж России за рубежом // Международные коммуникации. № 3(15). 2020. URL: <https://intcom-mgimo.ru/2020/2020-15/> (дата обращения: 28.04.2026).

82 Ян Ц. Образовательная дипломатия России и Китая в цифровую эпоху: общее и особенное // Право и политика. 2025. № 4. С. 173–187.

83 Яковлев И. П. Стратегические компоненты имиджа страны, имидж государства/региона: современные подходы. СПб. : Роза мира, 2006. 264 с.

84 Boulding K. E. National images and international systems // Journal of Conflict Resolution. 1959. № 2. P. 120–131.

85 ERR News. Russia sending diplomats, intelligence officers banned from Europe to Africa. 2026. URL: <https://news.err.ee/1609936274/russia-sending-diplomats-intelligence-officers-banned-from-europe-to-africa> (дата обращения: 28.04.2026).

86 Jervis R. The Logic of Images in International Relations // Princeton University Press. 1970. P. 285–286.

87 Lee A. M. The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches. Institute for Propaganda Analysis. New York: Harcourt, Brace and Co. 1939. 140 p.

88 Nye J. Soft power // Foreign Policy. 1990. 80. P. 153–171.

89 Tian F. Shaping and spreading Russia's national image in cyberspace // Siberian Studies. 2021. Vol. 48, No. 4. P. 51–53.

90 Yuan B., Niu Y. People's Daily: Xi Jinping takes part in the video conference of the World Economic Forum 2022 and makes a speech. URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2022/0118/c1024-32333532.html> (дата обращения: 27.04.2026).