

Мировая политика

Правильная ссылка на статью:

Ведерникова М.И. — Видение имиджа России европейцами с 2000 по 2014 год // Мировая политика. – 2023. – № 3. DOI: 10.25136/2409-8671.2023.3.43445 EDN: ZJJNJF URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=43445

Видение имиджа России европейцами с 2000 по 2014 год

Ведерникова Мария Игоревна

аспирант, СПбГУ

125993, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3 Подъезд № 7, стр. 3.

✉ maria.vedernikowa@yandex.ru



[Статья из рубрики "Международный имидж государства"](#)

DOI:

10.25136/2409-8671.2023.3.43445

EDN:

ZJJNJF

Дата направления статьи в редакцию:

27-06-2023

Аннотация: В данном исследовании предпринята попытка составить целостное представление об образе России в Европе на примере того образа страны в Великобритании, Франции и Германии, который сформировался в период с 2000 по 2014 год, т. е. до присоединения Крыма к России, поскольку данное событие имело негативные последствия для имиджа России в европейских странах и после него имидж значительно ухудшился. Выбор объекта и предмета исследования продиктован целью данной работы. Объектом выступает имидж государства как один из наиболее значимых элементов «мягкой силы», а предметом – имидж России в Европе с 2000 по 2014 год. Цель данного исследования состоит в рассмотрении имиджа России в указанный период в европейских странах (на примере имиджа России в Великобритании, Франции и Германии). Методология исследования основана на принципах научной объективности и системности: материалы выбираются и рассматриваются в контексте ситуации, а факты и события анализируются комплексно. Важная роль при проведении исследования была отведена общенаучным методам исследования – контент-анализу и сравнительному анализу. Междисциплинарный подход позволяет использовать в работе достижения таких наук как политология, имиджелогия, социология, психология и маркетинг. Территориальные границы исследования охватывают такие страны, как Великобритания,

Германия и Франция. Научная новизна работы заключается в комплексном анализе факторов, влияющих на восприятие имиджа РФ в Европе в указанный период. Можно констатировать, что в 2000-е годы в контексте проблемы восприятия имиджа России в Великобритании, Франции и Германии значимыми понятиями являлись этноцентризм и альтруистическая демократия. Также важно отметить, что в 2000-е годы в европейских странах были представлены не только негативные, но и некоторые позитивные характеристики имиджа России.

Ключевые слова:

имидж, P R, Россия, Европа, ЕС, Великобритания, Германия, Франция, восприятие, продвижение

Введение

В 2000-е годы сложился противоречивый и неоднозначный образ России в Европе. Примером того, что имиджевый потенциал России не был задействован в полной мере, может служить образ, сформировавшийся, в частности, в европейских СМИ.

Негативный образ страны в западной прессе являлся признаком того, что России было необходимо уделять более пристальное внимание имиджевой оптимизации в странах Европы. На это обращали внимание многие политики и эксперты в данной области.

В данном исследовании предпринята попытка составить целостное представление об образе России в Европе на примере того образа страны в Великобритании, Франции и Германии, который сформировался в период с 2000 по 2014 год, т. е. до присоединения Крыма к России, поскольку данное событие имело негативные последствия для имиджа России в европейских странах и после него имидж значительно ухудшился.

Основными целями исследования имиджа в 2000-е годы являются:

- составить целостную картину о восприятии России в Великобритании, Франции и Германии;
- выявить основные характеристики образа России;
- обозначить общие и различные черты имиджа России в Великобритании, Франции и Германии;
- рассмотреть главные факторы, которые оказывали влияние на формирование имиджа России в 2000-е годы.

Поскольку на восприятие России в обозначенный период оказывал воздействие ранее сформировавшийся образ, необходимо обозначить, как Россия воспринималась ранее, поэтому, для составления целостного представления об имидже России необходимо обратиться к тем историческим предпосылкам, которые способствовали формированию такого имиджа России в странах Европы.

Восприятие России подробно рассмотрено Э.Я. Баталовым в работе «Европейские образы России: вчера, сегодня, завтра». Таких образов было несколько и их стоит перечислить. Первый образ заключался в представлении о том, что Россия – это не Европа. Второй – что Россия не только не европейская страна, но даже ещё не завершила до конца переход от варварства к цивилизации. Третий – что Россия хоть и европейская страна,

но это уже другая, какая-то неправильная Европа. Четвёртый – что Россия проявит себя, но в будущем.

Э.Я. Баталов делает акцент на том, что образ России как страны будущего всегда был наименее популярным в Европе и не приобрёл известности в широких кругах. Представление о «свете с Востока» всегда подавлялось представлением об «угрозе с Востока». Это подкреплялось в современном мире опасением европейских стран, что Россия может использовать возможность воздействия на них таким инструментом давления, как «газовая труба».

Важно понимать, какой нашу страну хотели видеть в европейских странах в 2000-е годы. Есть гипотеза, что для Европы была очень желательна Россия с демократической формой правления и капиталистической экономикой. При этом у государства должны были отсутствовать имперские амбиции и сильная армия. По мнению европейских политиков, именно такая Россия не представляла бы опасности для европейских стран [\[1\]](#).

В обозначенный период Россия продолжала оставаться в сознании европейцев чужой и недемократичной. Как справедливо заметил М. Г. Носов, на Западе в этот период господствовал стереотип о России как о стране, пытающейся противодействовать распространению демократии в постсоветских странах [\[2\]](#).

Образ населения России в Европе также был неоднозначен. С одной стороны, он был представлен олигархами и «новыми русскими», которые сорят незаконно нажитыми деньгами, а с другой стороны — пенсионерами и бедными людьми других возрастов.

Кроме того, восприятие населения России сильно зависело от наличия или отсутствия личных контактов с россиянами и весьма варьировалось. Чаще всего, если иностранец общался с россиянами лично, они характеризовались как добрые, гостеприимные и общительные; если нет — как злые и замкнутые. Это во многом объясняется сложившимся образом, который не только не соответствовал, но часто и противоречил реальной действительности.

«Энергетический» имидж России в Европе с 2000 по 2014 год

Также на имидж России в Европе негативно влияли опасения относительно возможностей России использовать энергетические ресурсы в качестве аргумента в спорах и как средство достигать не только экономических целей. Мотивы для достижения политических целей представлялись европейцам серьёзными и имеющими под собой реальные основания. Несмотря на попытки России позиционировать себя как надёжного поставщика ресурсов и энергетическую сверхдержаву, этот имидж не всегда получалось поддерживать (в т. ч. и из-за разногласий с третьими странами).

Поскольку версии о возможном шантаже со стороны России с помощью энергоресурсов постоянно муссировались в европейских СМИ и использовались популистами для достижения своих целей, они стали довольно распространёнными. Даже в некоторых документах ЕС отмечается, что, несмотря на всю важность и перспективность энергетического партнёрства с Россией, нужно всегда иметь ввиду, что эта страна может использовать энергетическую зависимость европейских стран в качестве реального или потенциального инструмента давления [\[3\]](#). Бывший премьер-министр Великобритании Гордон Браун заявлял, что необходимо помешать России «накинуть «энергетическую удавку» на Европу» [\[4\]](#).

То обстоятельство, что в ЕС существовали опасения на этот счёт, являлось одним из

факторов субъективного восприятия имиджа РФ. Возможность использования энергетических ресурсов в качестве политического инструмента давно известна. В употреблении энергетических ресурсов как инструмента давления на определённые страны не раз обвиняли Россию в 2000-е годы, особенно в отношении Украины, проецируя аналогичную ситуацию и на европейские страны.

При этом для тесного и взаимовыгодного сотрудничества России и ЕС в области энергетики было немало объективных причин. Это и сложившаяся инфраструктура, и географическое положение, и политическая стабильность (по крайней мере, если сравнивать с поставщиками энергоресурсов из стран Ближнего и Среднего Востока).

События, связанные с проблемами поставок газа через Украину, имели крайне негативные последствия для имиджа России как надёжного поставщика энергоресурсов и способствовали началу политики «равноудаления» поставщиков энергии в Европу, поскольку зависимость от энергоресурсов из России представляла собой проблему для некоторых европейских стран. Этому вопросу посвящена работа «Международный имидж России и её энергетической политики. Ненадёжный поставщик?», в которой рассматривается сложившаяся противоречивая ситуация: с одной стороны, Россия в нулевые годы вкладывала значительные средства в улучшение своего имиджа как энергетической державы, а с другой, конфликты, которые возникали в связи с перебоями поставок газа через Украину, привели к резкому ухудшению этого имиджа.

Руководство России осознавало проблему сложившегося «энергетического» имиджа нашей страны, поэтому была проведена PR-кампания по созданию имиджа энергетической сверхдержавы, которая была замечена европейскими исследователями и отмечена в зарубежной научной литературе. В ежедневно обновляемой базе данных Scopus были выбраны и проанализированы наиболее значимые исследования, касающиеся восприятия образа России и проведённые в обозначенный временной период.

Для тесного энергетического сотрудничества России и ЕС были все необходимые предпосылки: исторический опыт, наличие достаточного количества энергоресурсов, удобное географическое положение и, что является наиболее значимым, взаимная заинтересованность: наличие предложения с российской стороны и спроса – со стороны Евросоюза.

Именно политические причины, а также сложившийся негативный имидж и распространённые стереотипы препятствовали восприятию нашей страны как надёжного и равноправного партнёра в энергетической сфере. Кроме обвинений России в энергетическом засилье и шантаже рассматривались контрмеры, которые были направлены на ограничение доступа на рынки наукоёмких товаров [\[5\]](#), поскольку в этот период имело огромное значение сотрудничество России и Европы по ряду других вопросов.

Однако забывался тот факт, что взаимодействие России с европейскими государствами в сфере энергетики имеет долгую историю.

Почти полвека Россия являлась главным производителем и поставщиком природного газа в европейские страны и имела все шансы сохранить это положение. Учитывая, что в России находится около 23,7% общемировых ресурсов природного газа, в 2000-е годы было очевидно, что такой запас ресурсов позволит ещё длительное время обеспечивать европейские страны «голубым топливом» [\[6\]](#).

«Статусные конфликты» России и Европы

Важным в этот период времени было стремление России утвердить свой статус на международной арене, который значительно пошатнулся после развала СССР. Многие действия были направлены именно на завоевание статуса, что привело к статусным конфликтам [7].

Так, В. Феклюнина из университета Глазго в работе «Битва за восприятие: проектирование России на Западе» [8] приводит анализ имиджа России, который руководство страны пыталось создавать в западных странах. Данный автор отмечает, что внешняя политика России воспринималась как неоимперская ещё в самом начале 2000-х годов. Этот факт значительно затруднял работу по улучшению имиджа России в Европе. Также имиджевая кампания осложнялась отсутствием в стране значимых для европейской аудитории изменений.

В европейских странах подвергались критике выборы в России. Отмечалось, что Конституция РФ была принята при довольно спорных обстоятельствах, поэтому она содержит только общие положения о выборах и постоянно дополняется новыми законами, список которых становятся все длиннее. При этом в Европе признавали высокую явку на выборы в 2000-е годы и высокий уровень вовлеченности населения в политическую жизнь страны.

Важно отметить, что, поскольку имидж, несмотря на его подверженность влиянию различных факторов, в т. ч. стереотипов и прочих механизмов восприятия, отражает реальные черты объекта, на формирование образа России в европейских странах оказывали влияние и объективные характеристики нашего государства.

До 2014 года российское руководство делало ставку на формирование имиджа максимально открытой и готовой к сотрудничеству страны. Также повышение статуса осуществлялось за счёт организации в России событий мирового масштаба и вступления страны в международные организации. Несмотря на то, что этот процесс начался ещё в 1990-е годы (к примеру, Россия вошла в состав «Большой восьмёрки» (G8) в 1997 году), тенденция продолжалась до 2014 года (в 2011 году Россия присоединилась к Всемирной торговой организации – в т. ч. и ради улучшения своего имиджа).

Для данного исследования приоритетным является имидж России, сложившийся в ведущих европейских государствах: Франции, Германии и Великобритании.

Имидж России во Франции в 2000-е годы

В 2000-е годы российско-французские взаимоотношения сохраняли роль одного из значимых компонентов не только европейской, но и мировой политики [9]. Здесь важно отметить, что более двух веков российская дипломатия искусно использовала противоречия между Германией и Францией, которые проявлялись и в обозначенный период, особенно усугубившись с наступлением экономического кризиса. Последующее улучшение отношений между Парижем и Берлином давало возможность России подключиться к этому тандему в качестве гаранта безопасности на европейском континенте.

В начале XXI века во Франции сложился образ России, который совмещал в себе многие устоявшиеся стереотипы. Это находило отражение и во французских СМИ. Ю. И. Рубинский писал о том, что «не прекращаются нападки на политику Москвы на постсоветском пространстве. Симпатии французских СМИ оказались целиком на стороне

"революции роз" в Грузии и "оранжевой революции" на Украине» [\[10\]](#). Данный автор отдельно отмечал, что основные претензии к России заключались в продолжении имперской политики и стремлении оказывать влияние на европейские страны с помощью энергетических ресурсов.

Что касается французских изданий, задававших тон в восприятии России, то в качестве основных можно выделить ежедневную вечернюю газету леволиберальных взглядов *Le Monde*, *Le Figaro*, которая отражает взгляды французских властей и является умеренно правой, а также *Libération*. Именно эти печатные СМИ оказывали наибольшее влияние на освещение событий, связанных с Россией, а также создание, трансляцию и восприятие её имиджа. Кроме того, стоит отметить сатирический журнал *Charlie Hebdo*, выходивший тиражом 150 000 экземпляров, карикатуры из которого расходятся по всему миру через интернет. Многие из них в 2000-х изображали в негативном свете российского лидера и политическую и экономическую ситуацию в России.

В качестве примера тональности публикаций о России может быть рассмотрено освещение войны в Чечне французскими СМИ. Одобрение или поддержку данная военная операция не встречала. Негативные оценки данная война получила в 88% материалов, а нейтральные – в 12% [\[11\]](#). Изучив статьи данных изданий, можно утверждать, что подобная статистика распространялась и на действия нашей страны в других военных и политических конфликтах.

Причины такого восприятия отчасти можно объяснить множеством стереотипов, существующих во Франции и имеющих исторические корни (нельзя не отметить, что в этот период французы считали внешнюю политику России неоимперской), отчасти – различиями в менталитете.

Большинство исследователей, изучавших имидж России во Франции, разделяют мнение о преимущественно негативном имидже нашей страны во Франции в 2000-е годы и отмечают, что основные претензии французов сводятся к распространившейся коррупции (они называют её «бедой, разлагающей страну», т. к. она присутствует на всех уровнях властных структур) и отсутствию развитой демократии, свободы собраний и честных выборов; а также – неразвитости гражданского общества.

Имидж России в Великобритании в 2000-е годы

В Великобритании в 2000-е годы также преобладал негативный образ России. И предъявляемые претензии к нашей стране в значительной степени были схожи с претензиями французов: наибольший негатив относился к политической сфере и к лидеру страны. В Британии сложился исторический стереотип, заключающийся в том, что Россия – страна политического деспотизма, а её население имеет склонность к несвободе и покорности. Вся российская властная структура представлялась британцам чем-то вроде феодальной системы иерархии, включающей в себя царя, наследников престола, священников и феодалов. В этой системе «царь» обладал абсолютной властью и являлся «помазанником Божьим». Кроме того, в британской медиасфере (в изданиях *The Economist*, *The Independent*, *The Week* и *New Statesman*) Россия ассоциировалась с жестокостью и коррумпированностью.

Образ России в Великобритании также во многом формировался под влиянием сложившихся стереотипов. Примером может служить тот факт, что довольно часто Россия в британской прессе была представлена в образе агрессивного медведя, бесцеремонно нарушающего границы соседних суверенных государств.

Имидж России в Германии в 2000-е годы

Далее необходимо рассмотреть, какой образ России сложился в Германии, т. к. именно это государство – наш ключевой и приоритетный партнёр в Европе. Наличие интереса к нашей стране в 2000-е годы подтверждает тот факт, что количество публикаций в немецкой прессе о России постоянно увеличивалось, а внешняя и внутренняя политика России регулярно освещалась в СМИ Германии.

Издания Der Spiegel и Stern акцентировали внимание на политических и экономических проблемах России, подбирая, в основном, негативные факты и используя сложившиеся стереотипы о нашей стране, а также слова, имеющие яркую эмоциональную окраску.

Die Zeit и Focus примерно треть публикаций делали лексически нейтральными. Данные издания больше ориентировались на социальные и культурные вопросы, касающиеся России; в них часто встречалось более художественная и эмоциональная подача описываемых событий, также в них часто публиковались интервью, что частично снимает оценочную нагрузку с редакторской политики этих журналов. Издание Focus в эмоциональной окраске публикаций о России оставался более нейтральным, чем конкуренты.

Заключение

Также можно констатировать, что в 2000-е годы в контексте проблемы восприятия имиджа России в Великобритании, Франции и Германии значимыми понятиями являлись этноцентризм и альтруистическая демократия. Под первым понятием имеется в виду, что на подачу новости влияет восприятие окружающего мира журналистом глазами соотечественников и через призму своей культуры. Под вторым понятием в этой работе подразумевается, что значительное число журналистов в указанный период в Европе придерживалось мнения, что основная цель политики – служить интересам общества. Два данных фактора оказали значительное влияние на освещение России в европейских СМИ.

Подводя итог, можно констатировать, что в 2000-е годы в европейских странах были представлены не только негативные, но и некоторые позитивные характеристики имиджа России.

Негативному восприятию имиджа России в Европе чаще всего способствовали следующие факторы:

- неоимперская, по мнению западных СМИ, внешняя политика России;
- коррупция внутри страны;
- укоренившиеся в европейском сознании стереотипы о России;
- внутренняя политика;
- избрание Д. А. Медведева президентом (данное событие было воспринято как попытка В. В. Путина удержать власть и оказало негативное воздействие на восприятие внутривластной ситуации в России);
- высокий уровень классового расслоения;
- экономическая ситуация в стране;
- опасения, что Россия может достигать политических целей с помощью природных

ресурсов;

– несвобода российских СМИ.

Чаще всего в Европе положительно реагировали на такие направления деятельности нашей страны, как:

– культура и искусство;

– открытость и готовность к диалогу с европейскими странами;

– возросшее влияние России на международной арене.

Такое восприятие России в 2000-е годы можно объяснить одновременным влиянием множества противоречивых факторов, а также тем, что создание и корректировка существующего имиджа России – это динамичный процесс, на который одновременно оказывает воздействие комплекс политических, исторических, природно-географических, культурных и прочих факторов [\[12\]](#).

Проведённое исследование позволяет сделать вывод, что, несмотря на кампании по корректировке имиджа России и присутствие положительных черт, имидж нашей страны в 2000-е годы в Европе преимущественно был негативным и, следовательно, отрицательно влиял на международные отношения России с европейскими странами.

Библиография

1. Баталов Э.Я. Европейские образы России: вчера, сегодня, завтра. Россия в Европе. Под ред. В.В. Журкина (отв. ред.) и др. М., Ин-т Европы РАН: Рус. сувенир, 2007. С. 48–69.
2. Носов М. Г. Россия и Запад: стереотипы и реальность. Россия в Европе. Под ред. В.В. Журкина (отв. ред.) и др. М., Ин-т Европы РАН: Рус. сувенир, 2007. С. 7–13.
3. Хайтун А. Д. Россия – Евросоюз: энергетическая безопасность. Современная Европа. 2013. № 4 (56). С. 129–139.
4. Brown G. This is how we will stand up to Russia's naked aggression. The Observer. 31.08.2008.
5. Шмелёв Н. П., Фёдоров В. П. Евросоюз – Россия: мера сотрудничества. Современная Европа. 2011. № 2 (46). С. 5–25.
6. Хайтун А. Д. Новые реалии европейского газового рынка. Современная Европа. 2016. № 1 (67). С. 95–106.
7. Forsberg T. Status conflicts between Russia and the West: Perceptions and emotional biases. Communist and Post-Communist Studies. 2014. Vol. 47. №3–4. P. 323–331.
8. Feklyunina V. Battle for Perceptions: Projecting Russia in the West. Europe-Asia Studies. 2008. Vol. 60, Issue 4. P. 605–629.
9. Рубинский Ю.И., Максимычев И.Ф. Россия и франко-германский тандем: история, проблемы, перспективы. М.: Ин-т Европы РАН: Рус. сувенир, 2009.
10. Рубинский Ю.И. Образ России в Европе: опыт Франции. Россия в Европе. Под ред. В.В. Журкина (отв. ред.) и др. М., Ин-т Европы РАН: Рус. сувенир, 2007. С. 107–127.
11. Вакалова А. Ю. Чеченская война во французских СМИ. Ее влияние на имидж России во Франции. Дневник Алтайской школы политических исследований. 2010. № 26. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010. С. 65–68.
12. Семененко И.С., Лапкин В.В., Пантин В.И. Образ России на Западе: диалектика

представлений в контексте мирового развития (к постановке проблемы). Полис. Политические исследования. 2006. № 6. С. 110–124.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом рецензируемого исследования является имидж России в представлении европейцев в период с 2000-го по 2014-й год. Выбор данного периода понятен: в 2000-м году президентом России становится В.В. Путин, и прежний внешнеполитический курс страны подвергается всё большей корректировке; в 2014-м году происходит знаковое событие, существенным образом повлиявшее на восприятие России в мире – присоединение Крыма. Учитывая крайне сложные и напряжённые отношения России с западными странами, актуальность выбранной темы трудно переоценить. К сожалению, автор не дал себе труда должным образом отразить теоретико-методологическую базу собственного исследования, что несколько снизило научную ценность рецензируемой работы. Однако из контекста можно понять, что помимо традиционных общенаучных аналитических методов, применялись исторический и событийный методы, case study (в качестве кейсов для изучения были выбраны Франция, Великобритания и Германия), а также элементы дискурс- и контент-анализа официальных документов и деклараций и массива публикаций некоторых западных СМИ. Несмотря на то, что выбранная тема достаточно хорошо исследована, вполне корректное применение перечисленных методов позволило автору получить результаты, обладающие признаками научной новизны. Прежде всего, научный интерес представляет вывод автора о крайне противоречивом характере той совокупности факторов, которые оказывали влияние на формирование имиджа России в глазах европейцев. Небесполезен так же более глубокий анализ энергетического и «статусного» факторов, оказавших влияние на результат указанного выше процесса. Структура рецензируемой работы также не вызывает серьёзных нареканий: она достаточно логична и отражает основные аспекты проведённого исследования. В тексте выделены следующие разделы: - «Введение», где ставится научная проблема, обосновывается её актуальность, формулируются цель и задачи исследования; - «"Энергетический" имидж России в Европе с 2000 по 2014 год», где изучено влияние энергетического фактора на формирование имиджа России в Европе; - «"Статусные конфликты" России и Европы», где раскрыто влияние на формирование имиджа стремление России усилить утраченный после распада СССР статус в Европе; - «Имидж России во Франции в 2000-е годы», «Имидж России в Великобритании в 2000-е годы» и «Имидж России в Германии в 2000-е годы», где анализируется процесс формирования имиджа России во Франции, Великобритании и Германии, соответственно; - «Заключение», где резюмируются итоги проведённого исследования и формулируются выводы. С точки зрения стиля рецензируемую работу можно квалифицировать в качестве научного исследования. В тексте встречается некоторое количество стилистических (например, само название статьи с точки зрения стиля представляется не очень удачным: «Видение [почему не «восприятие», например? – рец.] имиджа России европейцами [три родительных падежа подряд – рец.] с 2000 по 2014 год»; как представляется, заголовок «Имидж России в восприятии [или «глазами»] европейцев (2000–2014 гг.)» был бы лучше с точки зрения научного стиля; или перегруженные предложения, например: «В данном исследовании предпринята попытка составить целостное представление об образе России в Европе на примере ТОГО ОБРАЗА СТРАН»

[выделенные слова избыточны – рец.] в Великобритании, Франции и Германии...»; и др.) и грамматических (например, пропущенная запятая в сложносочинённом предложении перед союзом «и»: «...данное событие имело негативные последствия для имиджа России в европейских странах и после него имидж значительно ухудшился»; другой пример пропущенной запятой перед союзом «и»: «Таких образов было несколько и их стоит перечислить»; или отсутствующая запятая после оборота «кроме» в предложении «Кроме обвинений России в энергетическом засилье и шантаже рассматривались контрмеры...»; или наоборот, лишняя запятая в предложении «...Необходимо обозначить, как Россия воспринималась ранее, поэтому, для составления целостного представления об имидже России необходимо...»; и др.) погрешности, но в целом он написан достаточно грамотно, на приемлемом русском языке, с корректным (за некоторым исключением) использованием научной терминологии. В числе исключений, например, неоднократное обозначение временного периода с 2000-го по 2014-й год в качестве «2000-х годов», что не совсем верно. Библиографический список насчитывает 12 наименований, в том числе источники на иностранных языках, и в должной мере отражает состояние исследований по проблематике статьи. Апелляция к оппонентам имеет место при обсуждении специфики формирования имиджа России в исследуемый период.

ОБЩИЙ ВЫВОД: предложенную к рецензированию статью можно квалифицировать в качестве научной работы, соответствующей основным требованиям, предъявляемым к работам подобного рода. Полученные автором результаты будут представлять интерес для политологов, политических социологов, специалистов в области государственного управления, мировой политики и международных отношений, а также для студентов перечисленных специальностей. Представленный материал соответствует тематике журнала «Мировая политика». По результатам рецензирования статья рекомендуется к публикации.