

Политика и Общество*Правильная ссылка на статью:*

Веденникова М.И. Международный дискуссионный клуб «Валдай»: к новым векторам, ориентирам и технологиям имиджа России // Политика и Общество. 2025. № 1. DOI: 10.7256/2454-0684.2025.1.70981 EDN: WZMAYK URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70981

Международный дискуссионный клуб «Валдай»: к новым векторам, ориентирам и технологиям имиджа России**Веденникова Мария Игоревна**

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

✉ maria.vedernikowa@yandex.ru



[Статья из рубрики "ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ"](#)

DOI:

10.7256/2454-0684.2025.1.70981

EDN:

WZMAYK

Дата направления статьи в редакцию:

08-06-2024

Аннотация: Международный дискуссионный клуб «Валдай» является одной из немногих площадок, на которой не только обсуждают актуальные проблемы в сфере политики, экономики, общественной жизни, но и формируют стратегию развития на несколько лет вперед. Именно поэтому представляется актуальным проанализировать основные месседжи и смыслы, которые Россия будет в ближайшей перспективе активно транслировать на внешние аудитории. В данном исследовании было проанализировано выступление президента РФ В.В. Путина на Международном дискуссионном клубе «Валдай» в 2023 году. Объектом исследования выступают новые векторы международного имиджа России, а предметом – направления векторов международного имиджа России. Гипотеза исследования состоит в том, что направления векторов международного имиджа России значительно изменились после начала СВО на Украине. Методология исследования: при помощи программного обеспечения AntConc (v. 4.2.4) текст выступления президента РФ В.В. Путина на Международном дискуссионном клубе «Валдай-2023» был автоматически обработан согласно алгоритмам программы. Научная новизна заключается в исследовании смены векторов продвижения международного

имиджа России. Если до 2022 года основной упор был сделан на создании позитивного имиджа России в европейских странах и в США, то в последнее время акцент смещается на продвижение имиджа России в большем количестве регионов, не менее приоритетными становятся другие регионы (Африка, Китай, Индия и Латинская Америка). При этом, Европа и США также продолжают занимать важное место во внешней политике России. Векторы продвижения имиджа России, направленного на внешнюю аудиторию, сместились и стали более разноплановыми. Ориентиры во внешней политике, обозначенные президентом РФ В.В. Путиным, будут основой для работы органов власти, отвечающих за формирование и продвижение имиджа России на внешнюю аудиторию.

Ключевые слова:

имидж, РР, Россия, восприятие, продвижение, дискуссионный клуб Валдай, вектор имиджа, вектор, Владимир Путин, имидж страны

Международный дискуссионный клуб «Валдай» является одной из немногих площадок, на которой не только обсуждают актуальные проблемы в сфере политики, экономики, общественной жизни, но и формируют стратегию развития на несколько лет вперед [1]. «Валдай»-2023 – не исключение. Выступление президента РФ В.В. Путина стало знаковым событием, поскольку в нём явно прослеживаются стратегические направления внутренней и внешней российской политики на ближайшие годы, а, возможно и десятилетия.

Ключевыми были слова о многополярности как справедливом будущем мироустройстве [2], в то время как противостояние различных блоков в мировой политике – не более чем порочное наследие XX века, у которого нет будущего.

Введение

Важно понимать, что многие транслируемые национальным лидером смыслы и месседжи являются не только основой внешней политики России, но и ключевыми «кирпичиками фундамента», на котором строится международный имидж России [18].

Тема заседания была выбрана актуальная и отвечающая глобальным политическим реалиям: «Справедливая многополярность: как обеспечить безопасность и развитие для всех». «Валдайские дискуссии – это всегда отражение самых важных процессов мировой политики XXI века во всей их полноте и сложности», – заявляет в своём выступлении Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин [2]. И 20 прошедших заседаний Международного дискуссионного клуба «Валдай» в полной мере подтверждают данное утверждение.

Основная часть

Аудитории, с которыми Россия планирует выстраивать взаимовыгодные долгосрочные отношения, не столько ограничиваются территориальными границами, сколько имеют в своей основе цивилизационное единство. Так, это означает, что сотрудничество с Индией заключается не только в работе по выстраиванию отношений с конкретной страной, но и со всей индийской цивилизацией [4-6].

В связи с этим представляется актуальным проанализировать основные месседжи и смыслы, которые Россия будет в ближайшей перспективе активно транслировать на

внешние аудитории [\[20\]](#).

Вектор имиджа страны: определение понятия

Несмотря на то, что выражение «вектор имиджа» встречается довольно часто как в официальных документах и выступлениях политиков, так в научных работах, точное и чёткое определение этого понятия до сих пор не сформулировано в российской политической науке.

Понятие вектора используется во многих научных дисциплинах, например, в физике, математике, геометрии. Так, в геометрии под ним понимают направленный отрезок, имеющий длину и определенное направление. В гуманитарных науках понятие «вектор» употребляют в качестве синонима слова «тенденция». Следовательно, при употреблении словосочетания «вектор имиджа» имеется ввиду направление развития имиджа.

В данной работе автор предлагает следующее определение понятия: вектор имиджа – конкретное направление формирования и продвижение имиджа, которое определяет имиджмейкер и на основании которого строится PR-стратегия.

Так, вектор имиджа страны может быть направлен на укрепление международных связей, привлечение инвестиций, улучшение репутации на международной арене и т.д., в зависимости от ключевой цели конкретной PR-кампании. Вектор имиджа может быть ориентирован на различные цели, главное, чтобы для их достижения были выбраны адекватные инструменты и выделены достаточные ресурсы [\[7, 13, 19\]](#).

Новые векторы международного имиджа России

Инструментально исследование обращено к исследованию семантических полей, согласно которым анализ частотности (статистика) словоупотреблений в текстовых массивах позволяет идентифицировать темы и проблемы, типичные для сообщества, которое эти тексты представляют [\[16\]](#).

В данном исследовании было проанализировано выступление президента РФ В.В. Путина на Международном дискуссионном клубе «Валдай» в 2023 году.

Объектом исследования выступают новые векторы международного имиджа России, а **предметом** – направления векторов международного имиджа России.

Гипотеза исследования состоит в том, что направления векторов международного имиджа России значительно изменились после начала СВО на Украине. Для подтверждения гипотезы было выбрано выступление президента РФ В.В. Путина на Международном дискуссионном клубе «Валдай» в 2023 году и проанализировано, какие векторы сотрудничества России с другими странами обозначает президент РФ в своём выступлении. Именно эта речь была выбрана по нескольким причинам:

- На международном дискуссионном клубе «Валдай» формируется стратегия развития на несколько лет вперед.
- Ориентиры во внешней политике, обозначенные президентом РФ В.В. Путиным, будут основой для работы органов власти, отвечающих за формирование и продвижение имиджа России на внешнюю аудиторию.
- В 2022 году ситуация во внешней политике была нестабильной, прогнозировать события на длительный срок не представлялось возможным, однако в 2023 году

некоторые направления стали видны более отчётливо, а выдвинутые ранее гипотезы прошли подтверждение практикой.

- Сама по себе речь В.В. Путина оказывает влияние на имидж России, т.к. является значимым информационным поводом.

В качестве метода исследования был использован количественный контент-анализ при поддержке программного обеспечения. С помощью программы AntConc (v. 4.2.4) текст речи был автоматически обработан согласно алгоритмам программы. На первом этапе исследования текста объёмом 3 302 слова на основании анализа семантического поля были выявлены ключевые слова, а на втором этапе – проанализирован дискурс о выбранных ключевых словах (извлечены биграммы для ключевого слова – статистически значимо связанные слова).

В качестве ключевых слов были выбраны следующие слова и их производные (в порядке убывания):

- цивилизация (встречается 22 раза),
- политика (встречается 15 раз),
- Россия (встречается 11 раз),
- страна (встречается 9 раз),
- культура (встречается 8 раз),
- колонии (встречается 6 раз),
- враг (встречается 6 раз),
- государство (встречается 5 раз),
- суверенитет (встречается 4 раза),
- НАТО (встречается 4 раза),
- США (встречается 3 раза),
- исторический опыт (встречается 3 раза),
- Азия (встречается 3 раза),
- международные отношения (встречается 3 раза),
- Европа (встречается 2 раза),
- Индия (встречается 2 раза),
- экономика (встречается 2 раза),
- Китайская Народная Республика (встречается 1 раз),
- Африка (не встречается).

Основываясь на анализе выступления В.В. Путина на Международном дискуссионном клубе «Валдай»-2023, можно выдвинуть гипотезу, что векторы продвижения имиджа России, направленного на внешнюю аудиторию, сместились и стали более разноплановыми.

Если до 2022 года основной упор был сделан на создание позитивного имиджа России в европейских странах и в США, то в последнее время акцент смещается на продвижение имиджа России в большем количестве регионов, не менее приоритетными становятся другие регионы [\[8-12\]](#).

Проведённый анализ семантических полей выступления В.В. Путина на Международном дискуссионном клубе «Валдай»-2023 показывает, что Европа упоминается не чаще, чем Индия. Кроме того, в 2 раза чаще Европы упоминаются бывшие европейские колонии. Это огромные территории, на которых размещается множество разных государств и проживает большое количество народов, что открывает новые возможности для формирования имиджа России.

Президент РФ 22 раза произносит слово «цивилизация» и его производные, делая акцент на важности существования различных цивилизаций. Исходя из этого можно сделать вывод, что стратегия продвижения положительного имиджа России не будет ограничиваться физическими размерами конкретных стран, а будет направлена на взаимодействие с цивилизациями, не имеющими конкретных географических очертаний, а базирующимися на культурной и гуманитарной общности.

Африку в своей речи В.В. Путин не упоминает, но делать на основе этого вывод о том, что африканский континент не является приоритетным для продвижения позитивного имиджа России не стоит. Президент РФ упоминает колонии Запада, к которым относились и африканские страны.

Согласно выдвинутой автором гипотезе, актуальными направлениями для продвижения международного имиджа России являются следующие:

- Европа;
- США;
- Африка;
- Китай;
- Индия;
- Латинская Америка.

Ключевые направления построения международного имиджа России

Начало СВО в 2022 году привело к резкому ухудшению отношений между Россией и большинством стран ЕС и США в тех областях, которые составляют объективную основу имиджа страны. Однако нельзя сказать, что до этого не было происшествий, негативно влияющих на международный имидж России. Заметное ухудшение имиджа России в европейских странах и США началось в 2014 году в связи с событиями Крымской весны и вооружённым конфликтом на востоке Украины. Негативно на имидж повлияло участие России в военном конфликте в Сирии. Начало специальной военной операции стало результатом продолжавшегося на протяжении 8 лет политического противостояния России и Украины и привело к таким мерам по отношению к нашей стране, как санкции и ограничения в торговле, а также в экономических, финансовых и производственных связях.

В «Концепции внешней политики Российской Федерации» от 31 марта 2023 года

признаётся, что у России и Европы есть важные «точки соприкосновения: «географическая близость, исторически сложившиеся глубокие культурно-гуманитарные и экономические связи народов и государств европейской части Евразии». Однако подчеркивается, что важно повышать международную роль БРИКС, ШОС, СНГ, ЕАЭС, ОДКБ, РИК и других межгосударственных объединений. Также указывается, что важно оказывать поддержку региональной и субрегиональной интеграции в рамках дружественных многосторонних институтов, диалоговых площадок и региональных объединений в Азиатско-Тихоокеанском регионе, Латинской Америке, Африке и на Ближнем Востоке.

Эта стратегия представляется верной, учитывая, что на сегодняшний день восприятие имиджа России значительно отличается в различных регионах, поскольку на него влияет множество факторов. Так, в регионах, где сложился устоявшийся образ России, новые политические события, такие, как СВО, могут негативно повлиять на имидж нашей страны, однако, в конечном итоге, он не приобретает новых качеств. Происходит лишь актуализации негативных стереотипов и исторических представлений о России. Например, в Европе сложившийся негативный образ России определяется стереотипами, отрицательными историческими коннотациями, неоднозначным восприятием современных событий и трудностями в формировании политических и экономических отношений.

Подобное восприятие имиджа России наблюдалось и после начала обострения обстановки на Донбассе в 2014 году и присоединения Крыма: имидж России в Европейском союзе серьезно ухудшился. Однако он также не характеризовался принципиально новыми качествами, происходила актуализации устоявшихся исторических стереотипов.

Ключевым аспектом имиджевой оптимизации может стать продвижение культурно-гуманитарного образа России в различных странах и регионах [\[14-15\], \[21-22\]](#).

Как отметил В.В. Путин во время выступления на Международном дискуссионном клубе «Валдай», «Западу всегда нужен враг» [\[2,17\]](#), ведь его наличие «развязывает руки» многим западным политикам, и агрессией врага можно оправдать многие действия, которые кажутся нерациональными. Если настоящего врага нет, его необходимо придумать, поэтому политическая пропаганда во многих странах прикладывает значительные усилия, чтобы неугодные страны воспринимались в качестве агрессоров.

Чтобы, несмотря на наличие множества негативных публикаций о России в мировом информационном пространстве наша страна не воспринималась в качестве врага, необходимо провести масштабную кампанию, направленную на улучшение имиджа России. В условиях современной информационной эпохи имидж государства в качестве фактора мягкой силы имеет очень большое значение в международных отношениях. И его роль будет неизменно возрастать. Также есть ряд других факторов, которые подтверждают необходимость работать над улучшением имиджа России:

- В результате присоединения Крыма и военных событий на территории Украины имидж России в Европейском союзе серьезно ухудшился. Однако он не приобрел новых качеств. Произошла лишь актуализации негативных стереотипов и исторических представлений о России;
- Отрицательный имидж серьезно затрудняет эффективное взаимодействие России с западными странами, ослабляет внешнеполитические позиции России и препятствует налаживанию политических, экономических и культурных связей;

- Основой для улучшения имиджа России может стать создание и продвижение уникального бренда «Россия», который должен включать в себя народ, культуру и традиции, инвестиции и иммиграционное законодательство, внешнюю и внутреннюю политику, торговые марки экспорта и туризм, т.е. все вершины шестиугольника бренда нации С. Анхольта, но, при этом, основной акцент национального бренда стоит делать на гуманитарную плоскость;
- Проведение мега-событий (Сочи 2014, универсиада в Казани и ЧМ-2018), известный во всём мире способ пиара и продвижения бренда страны [\[23\]](#), не оказалось должного положительного воздействия на имидж РФ, так как, часто, такие мероприятия сопровождались скандалами и неприятными подробностями, муссировавшимися в западной прессе. Особенно сильно по имиджу России ударяют коррупционные скандалы, которые только подтверждают сложившееся негативное представление о нашей стране в данной сфере. Успешная корректировка имиджа РФ возможна только при непрерывном и грамотном освещении событий, связанных с РФ и являющихся значимыми и острыми для общественности и СМИ;
- Ключевым аспектом имиджевой оптимизации может стать продвижение культурно-гуманитарного образа России. Научные, образовательные и культурные связи позволяет противодействовать углублению процессов видения нашей страны в негативном свете [\[24\]](#).

Заключение

В своём выступлении на международном дискуссионном клубе «Валдай»-2023 В. В. Путин обозначил не только ключевые векторы развития имиджа, но и выделил конкретные смыслы, которые должен включать в себя международный имидж России. Основными месседжами, транслируемыми на внешнюю международную аудиторию, являются следующие:

- Основу российской цивилизации составляет мирное сосуществование самых разных национальностей, религий и культур.
- В основе решений, предлагаемых Россией по различным вопросам, всегда лежит уважение к интересам всех сторон, чьи интересы могут быть затронуты.
- Основной приоритет при строительстве нового открытого мира состоит в том, что ни одна цивилизация ничего не навязывает другим цивилизациям, но и не позволяет ничего навязывать себе.
- В качестве фундамента всеобщего развития должно выступать многообразие мира.
- В мире будущего будут преобладать коллективные решения.
- Прочный мир и всеобщую безопасность можно обеспечить, только уважая интересы всех стран, от самых больших до самых малых.
- Россия выступает за равноправие и справедливость для всех стран.
- Российская цивилизация — одна из основ мировой системы на протяжении длительного периода времени.
- Россия доказала, что умеетправляться с внутренними и внешними вызовами.

Выбор именно этих посылов обусловлен множеством причин, основной из которых

является необходимость корректировки сложившегося международного имиджа России.

Библиография

1. Барабанов О. Н. Глобальные трансформации в отражении экспертных дискуссий на сочинском Валдае / О. Н. Барабанов // Международные процессы. – 2014. – Т. 12, № 3(38). С. 6-7.
2. Путин В.В. Выступление на пленарной сессии XX заседания Международного дискуссионного клуба «Валдай». URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/72444> (дата обращения: 24.02.2024).
3. Официальный сайт Валдай URL: <https://ru.valdaiclub.com/>(дата обращения: 26.02.2024).
4. Смирнов В.В., Мулендеева А.В. Использование информационных и коммуникационных технологий: Россия в сравнении с Индией, Китаем и США // Экономический анализ: теория и практика. – 2019. – Т. 18, №. 2 (485). С. 312.
5. Dipanjan Roy Chaudhury. India-Russia trade hit a record \$39.8 billion in 2022–23: SPIEF director // The Economic Times, 04.04.2023. Электронный ресурс. URL: <https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/foreign-trade/india-russia-trade-hit-a-record-39-8-billion-in-202223-spief-director/articleshow/99197642.cms?from=mdr> (дата обращения 25.04.2024)
6. Anirban Bhattacharya. Trade volume between India, Russia surpasses target set for 2025 // Decan Herald, 19.04.2023. Электронный ресурс. URL: <https://www.deccanherald.com/national/trade-volume-between-india-russia-surpasses-target-set-for-2025-1210942.html> (дата обращения 25.04.2024).
7. Сулейманова Ш.С. Технологии политических манипуляций в медиапространстве // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2021. – Т. 6. № 1. С. 62-71.
8. Гаврилова Ю. В. Обзор основных дискурсивных особенностей выступления В.В. Путина на Валдае 22 октября 2020 года сквозь призму идей структурно функционального подхода / Ю. В. Гаврилова // Дискурсивные практики в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 27 ноября 2020 года. Москва: Московский государственный областной университет. – 2021 – С. 54-61.
9. Калюга А. А. Китайская тематика в выступлениях Владимира Путина на итоговых пленарных сессиях международного дискуссионного клуба «Валдай» (2012-2020 гг.) / А. А. Калюга // 30 лет без Союза: потери, удачи, перспективы : материалы Всероссийской студенческой конференции, Иркутск, 27 марта 2021 года. Иркутск: Иркутский государственный университет. – 2021– С. 89-94.
10. Куприянов А.В. Сотрудничество России и Индии в Индо-Тихоокеанском регионе в условиях санкций // Вестник международных организаций. – 2019. – Т. 14. № 3. С. 117-135.
11. Дьяков Н. Н. ближний Восток: от насилия к безопасности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 13 Востоковедение. Африкастика. – 2016 – Вып. 4. С. 113-120.
12. Камышанская С.С. Валдайский форум как площадка политической коммуникации: артикулирование культурных, духовных и политических традиций России / С. С. Камышанская // Коммуникология. – 2021. – Т. 9, № 4. С. 114-123.
13. Прокурина Н. Н. Векторы создания имиджа аудиторской фирмы / Н. Н. Прокурина // Вестник Черниговского государственного технологического университета. Серия: Экономические науки. – 2013. – № 3(68). С. 213-218.
14. Барабанова В. Б. Имидж современного спорта. Вектор развития / В. Б. Барабанова // Международный журнал экспериментального образования. – 2011. – № 6. С. 127-129.

15. Пейков А. М. Вектор формирования положительного имиджа территории / А. М. Пейков, Я. Ю. Радюкова, Е. А. Колесниченко // Эффективные технологии и практики управления в современных компаниях России: материалы всероссийской научно-практической конференции, Тамбов, 15–16 июня 2017 года. – Тамбов: Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина. – 2017. С. 73-82.
16. Ван Дейк Т. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: «ЛИБРОКОМ», URSS. 2013.
17. Воробьева П. Е. «Образ врага» в контексте пандемии: дискурс-анализ выступления Владимира Путина в дискуссионном клубе «Валдай» / П. Е. Воробьева // Ноябрьские социологические чтения: Сборник материалов молодежной научной конференции, Санкт-Петербург, 09–10 ноября 2020 года. Санкт-Петербург: ООО «Скифия-принт». – 2021. С. 91-93.
18. Быков И. А. Влияние на экспертное сообщество и журналистов через специальные мероприятия (на примере международного дискуссионного клуба Валдай) / И. А. Быков // Имидж государства/ региона в современном информационном пространстве: Материалы симпозиума, Санкт-Петербург, 23–24 марта 2009 года / отв. ред. А.Д. Кривоносов. Санкт-Петербург: Издательство Роза мира. – 2010. С. 358-362.
19. Веденникова М.И. Видение имиджа России европейцами с 2000 по 2014 год // Мировая политика. 2023. № 3. С. 59-68. DOI: 10.25136/2409-8671.2023.3.43445 EDN: ZJJNJF URL: https://e-notabene.ru/wi/article_43445.html
20. Данилова Е. А. Формирование стратегии политического позиционирования современной России: внутриполитический и международный аспекты / Е. А. Данилова, А. А. Зиновьева // Власть. – 2022. – Т. 30, № 4. С. 67-74.
21. Кузюра Ю. С. Спортивная дипломатия как инструмент «мягкой силы» внешней политики государств / Ю. С. Кузюра, А. Л. Рычкова // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2022. – Т. 12, № 12(93). С. 4792-4798.
22. Палатников Д. Е. Способы реализации концепции «мягкой силы» Российской Федерации с помощью информационных коммуникаций / Д. Е. Палатников, В. В. Осипова // Социальные и гуманитарные знания. – 2023. – Т. 9, № 3. С. 270-279.
23. Кротов А. В. Формирование позитивного имиджа России в европейских странах: факторы и проблемы / А. В. Кротов // Дневник Алтайской школы политических исследований. – 2010. – № 26. С. 98-103.
24. Виноградова Е. А. Цифровизация Латинской Америки в культурной сфере / Е. А. Виноградова, Н. А. Вагнер // Латинская Америка. – 2021. – № 4. С. 85-94.

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 выступают изменения в направлениях формирования внешнеполитического имиджа России. Тема, безусловно, обладающая высокой степенью актуальности в виду сложностей международного положения России в последние годы. В процессе исследования был использован метод количественного контент-анализа текста выступления Президента РФ на «Валдайском форуме» в 2023 г. Массив данных обрабатывался при помощи программы AntConc (v. 4.2.4). Исследование проводилось в два этапа: анализ семантического поля и выявление ключевых слов; анализ дискурса и выявление слов, связанных с ключевым словами. Вполне корректное применение указанных методов позволило автору получить результаты, обладающие признаками научной новизны. Так, частотный анализ текста позволил зафиксировать

изменения в стратегических направлениях выстраивания позитивного имиджа России на цивилизации, а не на конкретные страны. Некоторый интерес также представляют предложения автора по «оптимизации» внешнеполитического имиджа России. Правда, в будущих исследованиях автору нужно учитывать, что формирование стратегических направлений внешнеполитического имиджа любой страны, тем более такой большой и сложной страны, как Россия, есть результирующая многих векторов, и проанализировать одно-единственное выступление первого лица данного государства, пусть даже и лица, ответственного за большинство ключевых принимаемых решений, недостаточно. Один-единственный человек, даже если это Президент РФ, самолично не принимает решений о стратегических направлениях имиджа целой страны; здесь работает множество институтов и ведомств, и первое лицо нередко лишь утверждает предложения этих самых институтов и ведомств. Короче говоря, проблема несколько сложнее, чем её представляет себе автор. Тем не менее, в рецензируемой статье есть одно достоинство, побудившее рецензента принять решение о рекомендации статьи к публикации: проведённый анализ выступления В.В. Путина на «Валдайском форуме», во-первых, действительно представляет во многом программную речь, во-вторых, автор статьи в процессе анализа получил действительно интересные результаты и, наконец, в-третьих, сам анализ автор статьи сопровождал отсылками к другим исследованиям, релевантным теме внешнеполитического имиджа России, что позволило в некоторой степени восполнить собственные пробелы автора. Однако на будущее автору можно пожелать учитывать степень сложности исследуемой проблематики и избегать упрощений и редукционизма. В структурном плане работа также не идеально, хотя и не вызывает отторжения: в целом, её логика достаточно последовательна и отражает основные аспекты проведённого исследования. В тексте выделены следующие разделы:

- «Введение», где ставится научная проблема и аргументируется её актуальность;
- «Основная часть», в которую почему-то отнесено определение основных понятий («Вектор имиджа страны: определение понятия»), формулирование объекта, предмета и гипотезы исследования, а также использованных методов («Новые векторы международного имиджа России»); в структуру «Основной части» отнесён и единственный содержательный раздел «Ключевые направления построения международного имиджа России», где собственно и описаны результаты проведённого исследования;
- «Заключение», где резюмируются итоги проведённого исследования, делаются выводы и намечаются перспективы дальнейших исследований. На будущее автору можно пожелать более тщательно продумывать структуру своей работы и презентационные вещи вроде описания объекта, предмета, гипотезы и методологии относить к введению, а раздел «основная часть» вообще не выделять, отдав предпочтение содержательным заголовкам, отражающим суть разделов, к которым эти заголовки относятся. Стиль рецензируемой работы в целом научный, хотя и несколько неровный. В тексте встречается некоторое количество стилистических (например, «кирпичики фундамента», учитывая, что фундамент делается не из кирпичей; или тавтологии «подтверждают утверждение», «ограничиваются границами»; и др.) и грамматических (например, отсутствие запятой после вводного слова «возможно» в предложении «...Направления внутренней и внешней российской политики на ближайшие годы, а, возможно и десятилетия»; и др.) погрешностей, но в целом он написан достаточно грамотно, на приемлемом русском языке, с корректным использованием научной терминологии. Библиография насчитывает 24 наименования, в том числе источники на иностранных языках, и в должной мере отражает состояние исследований по проблематике статьи. Апелляция к оппонентам отсутствует в силу отсутствия обзора основных подходов к решению выбранной автором научной проблемы.

ОБЩИЙ ВЫВОД: предложенную к рецензированию статью, несмотря на некоторые её

недостатки, можно квалифицировать в качестве научной работы, отвечающей основным требованиям, предъявляемым к работам подобного рода. Полученные автором результаты обладают признаками научной новизны и достоверности и будут представлять интерес для политологов, социологов, специалистов в области государственного управления, мировой политики и международных отношений, а также для студентов перечисленных специальностей. Представленный материал соответствует тематике журнала «Политика и Общество». По результатам рецензирования статья рекомендуется к публикации.