На правах рукописи

Марецкая Наталья Александровна

Роль новых медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа Украины

Специальность 23.00.04 – Политические проблемы
международных отношений, глобального и регионального развития

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой
степени кандидата политических наук

Симферополь – 2019

Работа выполнена на кафедре политических наук и международных отношений философского факультета Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского».

Научный руководитель: **Филатов Анатолий Сергеевич**
кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры политических наук и международных отношений философского факультета Таврической академии (СП)ФГБОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского».

Официальные оппоненты: **Нечаев Владимир Дмитриевич**
доктор политических наук, доцент, ректор ФГБОУ ВО «Севастопольский государственный университет»;

Евстафьев Дмитрий Геннадиевич
кандидат политических наук, профессор департамента интегрированных коммуникаций факультета коммуникаций, медиа и дизайна ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»».

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова».

Защита состоится «21» ноября 2019 года в 14:00 часов на заседании диссертационного совета Д.900.006.13 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» по адресу: Республика Крым, г. Симферополь, ул. Ялтинская, д.20, зал по защите диссертаций (аудитория 301).

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» по адресу: 295007, Республика Крым, просп. Академика Вернадского, д. 4, и на сайте университета по ссылке: http://science.cfuv.ru/gosudarstvennaya-nauchnaya-attestaciya/svedeniya-o-dissertacionnyx-sovetax/dissertacionnyj-sovet-d-900-006-13/mareckaya-natalya-aleksandrovna

Автореферат разослан «___» _____ 2019 года.

И.о. ученого секретаря
диссертационного совета Д.900.006.13
доктор политических наук, профессор М.А. Шепелев

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях сложной внешнеполитической ситуации и усиливающейся информационной войны Запада против России, вопросы формирования привлекательного внешнеполитического имиджа государства посредством современных информационных технологий обретают особую актуальность. Новые медиа являются эффективным инструментом воздействия на международный имидж государства, который позволяет оперативно получать доступ как к объективной, так и к заведомо искаженной информации о субъекте международных отношений, а также осуществлять кастомизацию его внешнеполитического имиджа.

Формирование имиджа государства в глобальном информационном пространстве обусловливают как внешние, так и внутренние вызовы. Украинский вопрос в контексте отношений между Западом и Россией является одним из ключевых. Нынешний кризис демонстрирует ухудшение отношений и усиление противостояния России и Запада, который использует Украину как инструмент провоцирования напряжённости у российских границ. В этом контексте, для России важно не только формировать свой положительный образ, но и участвовать в конструировании имиджей государств-контрагентов.

В диссертации исследуется роль новых медиа в процессе формирования внешнеполитического имиджа Украины не только потому, что Украина имеет общую границу с Россией, но и как государство, с которым ее связывает культурная близость и общее историческое прошлое. В настоящее время межгосударственные отношения между Россией и Украиной характеризуются как крайне сложные. Во-первых, их усугубляют третьи силы в лице западных государств. Во-вторых, конфронтационность провоцирует приход к власти на Украине прозападных политических акторов, которые способствуют распространению националистических идей и русофобских настроений.

В свете происходящих событий и, в первую очередь, исходя из соображений национальной, в том числе информационной, безопасности, Россия должна реагировать на процесс конструирования внешнеполитического имиджа Украины. В этом контексте, для ведения эффективной информационной политики, необходимо не только иметь представление о внешнеполитических целях и задачах контрагента, но и оказывать на него влияние посредством новых медиа.

Степень разработанности проблемы исследования. Среди общих работ, посвященных роли информационных технологий в современных международных системах, можно выделить исследования М.А. Баума, А. Вендта, Г. Киссинджера, В.А. Дергачева, Д.Г. Евстафьева, Е.Б. Кургановой, П.А. Цыганкова, которые рассматривают информационное пространство как стратегическую необходимость для реализации субъектом международных отношений намеченных целей. Российский исследователь Д.Н. Песков рассматривает Интернет как пространство и вызов мировой политики, где субъекты международных отношений пытаются воздействовать на структуру

самого Интернета. Зависимости степени воздействия на политических акторов от уровня развития информационной структуры посвящена работа Ш.Г. Сеидова. В трудах отечественных исследователей Д.Г. Евстафьева, А.В. Манойло, И.Н. Панарина, О.В. Столетова уделяется особое внимание вопросам информационной безопасности государств в условиях развития интернет-технологий: рассматривается информационная среда как пространство для оказания воздействия и противостояния возможным информационным угрозам, отмечается важность информационных технологии в свете ведения информационных войн.

Осмысление коммуникативной сущности новых медиа восходит к трудам зарубежных исследователей Г.М. Маклюэна, М. Кастельса, Н. Лумана, в которых появление новых средств коммуникации связано с человеческим прогрессом и развитием технологий. Особое внимание заслуживает работа американского исследователя Р. Крейга, в которой предпринята попытка объединить существующие теории коммуникации в 7 взаимодействующих друг с другом в процессе своего развития парадигм: риторической, феноменологической, семиотической, кибернетической, социально-психологической, социокультурной и критической. Американский исследователь Р. Ньюман вводит понятие «новых медиа», акцентируя внимание на том, что Интернет имеет большее влияние, чем телевидение или печатная пресса. Вслед за ним В. Кросби выделяет 3 типа медиа: межличностные, масс-медиа и новые медиа, отмечая, что ключевым свойством последних является интерактивность.

Политические аспекты новых медиа рассматриваются в работах Н.А. Антанович, Е.В. Бродовской, А.А. Водолагина, С.В. Володенкова, В.Д. Нечаева. Отечественный исследователь С.Г. Кара-Мурза в своих работах рассматривает новые информационные технологии как средство манипуляции общественным сознанием. О процессе медиатизации политической сферы говорит И.А. Черных, акцентируя внимание на взаимозависимости политики и медиа. Крымский учёный В.В. Буряк отводит особое внимание социальным сетям, которые активно используются в ходе «цветных революций».

Основным принципам построения внешней политики Украины посвящены работы М.А. Шепелева. Среди исследований украинского направления внешней политики России, выделяются работы К.П. Курылева, И.М. Мурадяна, П.И. Пашковского. Датский учёный Э. Гётц исследует геополитические интересы России в отношении Украины, акцентируя внимание на том, что личность В.В. Путина является ключевой в российско-украинских отношениях.

Генезису украинской дипломатии и проблемам внешнеполитического позиционирования Украины, посвящены работы А.А. Ирхина, Р.М. Ищенко, А.Р. Никифорова, Е.Е. Каминского, Г.В. Касьянова, Т.А. Сенюшкиной, Д.В. Табачника, В.Л. Хмылева, А.А. Чемшита, С.В. Юрченко. Крымский ученый А.С. Филатов исследует конфликтогенные очаги украинского политического поля, анализирует причины украинского кризиса в 2014 г.,

подчеркивая значимость культурно-цивилизационного фактора в современной геополитике.

Проблемы конструирования внешнеполитического имиджа и его основные компоненты затрагиваются в трудах Д.П. Гавра, О.Л. Гнатюка, А.А. Гравера, Т.Э. Гринберг, Д.Н. Замятина, А.А. Казанцева, Г.М. Кондратенко, В.Н. Меркушева, М.В. Петрова, Е.А. Петровой, Ю.В. Тарановой, А.В. Швец, Е.Б. Шестопал. Американский ученый Дж. Розенау отводит особую роль имиджу государства с целью понимания и интерпретации его внешнеполитических действий. Отечественный исследователь Л.А. Зак доказывает, что основой имиджа государства является пропагандистский и дипломатический стереотипы. В свою очередь, приверженцы конструктивистского подхода И.Ю. Киселев и А.Г. Смирнова утверждают, что посредством имиджа государства, субъекты международных отношений познают других участников, а особую роль в формировании внешнеполитического имиджа государства играет идентичность.

Ключевую роль в разработке концепции «мягкой силы», сыграл американский политолог Дж. Най-младший, утверждавший, что отличительной особенностью «мягкой силы» является привлечение, а не принуждение, где базовой составляющей является привлекательность культуры, ценностей и политики. У. Мид разделяет «мягкую силу» на «притягательную силу» и «силу гегемона». «Мягкую силу» как средство по формированию международного имиджа изучали: Д.В. Агеев, А.В. Бояркина, А.В. Будаев, А.А. Вилков, Д.М. Ковба, В.В. Кутенев, Ли Минфун, В.Д. Мансуров, А.В. Михалев, О.В. Столетов, Г.Ю. Филимонов, Е.М. Харитонов, С.А. Цатурян, И.Я. Якоба и др. В свою очередь, К.С. Гаджиев показал, что имидж государства представляет собой инструмент «мягкой силы».

Непосредственно процессу конструирования внешнеполитического имиджа Украины посвящены работы М.А. Алексеева, О.В. Бойко, А.К. Боташева, С.А. Гнатюка, В.И. Гурковского, Е.Е. Каминского, Н.О. Качинской, М.В. Петрова, С.С. Трояна, Л.А. Шевченко и А.В. Яловой. Украинская исследовательница Л.Д. Чекаленко анализирует факторы, которые оказывали влияние на имидж Украины с 1991 г., полагая, что основное значение в процессе формирования внешнеполитического имиджа Украины сыграли международные организации. Процесс формирования имиджа Украины в контексте российско-украинского конфликта исследуется в работах Г.А. Пискорской и Н.Л. Яковенко. В своей работе данные авторы определяют основные составляющие имиджа страны, анализируют основные тенденции и результаты его формирования.

Поскольку вопрос влияния новых медиа на процесс конструирования внешнеполитического имиджа Украины малоизучен, данное исследование призвано восполнить этот пробел.

Объект исследования – внешнеполитический имидж Украины.

Предмет исследования – процесс конструирования внешнеполитического имиджа Украины посредством новых медиа.

Целью диссертационного исследования является изучение роли новых медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа Украины в период с 2008 по 2018 гг.

Для достижения поставленной цели в работе решаются такие исследовательские задачи:

- рассмотреть понятие «внешнеполитический имидж государства» и его роль в системе международных отношений;
- определить теоретические основы исследования новых медиа и их роли в конструировании внешнеполитического имиджа государства;
- проанализировать технологии применения украинской властью «мягкой силы» в целях формирования внешнеполитического имиджа своей страны;
- осуществить контент-анализ украинских новых медиа по ключевым словам «имидж Украины» на русском и украинском языках с целью выявления факторов, которые оказывают положительное или отрицательное влияние на формирование внешнеполитического имиджа Украины в период с 2008 по 2018 гг.;
- осуществить контент-анализ западных и российских новых медиа по ключевым словам «имидж Украины» на русском, английском и немецком языках с целью выявления факторов, оказывающих влияние на процесс формирования внешнеполитического имиджа Украины в период с 2008 по 2018 гг.
- исследовать необходимость и возможности участия России в процессе конструирования международного имиджа Украины в контексте информационной войны Запада против России.

Теоретико-методологические основы исследования. При подготовке диссертации автор опирался на теоретические и эмпирические исследования отечественных и зарубежных авторов в области конструирования имиджа государства посредством информационных технологий.

Заявленное исследование проводится в рамках постмодернистского и конструктивистского подходов. С точки зрения постмодернистского подхода, говоря о системе глобальной коммуникации, можно рассматривать Интернет (следовательно, и новые медиа) как «ризому» или сетевую структуру. При изучении формирования международного имиджа государства при помощи новых медиа используется конструктивистский подход, суть которого заключается в том, что дискурс конструирует современную реальность и определяет место и роль политических акторов на международной арене. Согласно этому подходу всё, что мы знаем о политическом объекте или субъекте, не является объективной реальностью, а конструируется и транслируется посредством различных средств коммуникации.

Взаимозависимость внутри- и внешнеполитического имиджа государства демонстрирует принцип взаимосвязи и взаимообусловленности.

В ходе проведенного исследования были использованы следующие **методы:**

С помощью контент-анализа исследованы новые медиа Украины, Российской Федерации, США, Великобритании и Германии, выявлены факторы, оказывающие положительное или отрицательное влияние на процесс формирования внешнеполитического имиджа Украины.

С помощью сравнительного анализа сопоставлены положительные и отрицательные образы Украины, которые формировались с 2008 г. по 2018 г.

Анализ документов позволил изучить основные нормативные документы по формированию имиджа Украины. С помощью данного метода также проанализированы отечественные нормативные документы, касающиеся принципов внешней политики России в отношении Украины.

Ретроспективный метод использовался при выявлении причин, положительно или отрицательно повлиявших на процесс формирования внешнеполитического имиджа Украины.

Метод математического моделирования применялся при составлении формулы внешнеполитического имиджа.

В ходе работы также использовались такие общенаучные методы познания, как анализ и синтез, дедукция и индукция, абстрагирование и обобщение, наблюдение и аналогия.

Рабочая гипотеза исследования заключается в том, что новые медиа отражают и искажают международный имидж государства. Данные искажения являются, с одной стороны, управляемыми, а с другой – контекстными, зависящими от социально-политических и социокультурных условий и факторов.

Анализ новых медиа обеспечивает возможность выявления факторов, которые положительно или отрицательно сказываются на имидже исследуемой страны. Этот вид медиа является не только индикатором, но и инструментом влияния. Посредством воздействия на общественное мнение он может в последующем определить или стать импульсом к определению геополитического выбора субъекта и развития экономического партнерства. Те события, которые искусственно или естественно вызвали общественный резонанс в медиа, могут как положительно, так и отрицательно сказаться на имидже государства.

Хронологические рамки исследования охватывают период с 01.01.2008 г. по 31.12.2018 г. При этом 2008 г. как точка отчета исследования выбран неслучайно:

- это год финансового кризиса. Как известно, в кризисных ситуациях ярче раскрываются положительные или отрицательные стороны субъекта международных отношений;
- в 2008 г. возникают новые технические возможности в связи с появлением в системе Яндекс инструмента «пульс блогосферы». Кроме этого, начиная с 2008 г., расширенный поиск по блогам в системе «Яндекс блоги» предоставляет более полный доступ к базам данных: блогам, микроблогам, социальным сетям;

- в связи с «Пятидневной войной» на Кавказе 2008 г., в новую фазу эскалации входит информационная война Запада против России, с косвенным участием в ней Украины.

Научная новизна полученных результатов:

1. Впервые проанализирован процесс конструирования внешнеполитического имиджа Украины в рамках коммуникационных парадигм Р. Крейга.
2. Уточнено содержание понятия внешнеполитического имиджа государства на основе применения конструктивистского подхода.
3. Получила дальнейшее совершенствование теоретико-методологическая база исследования зависимости внешнеполитического имиджа государства от социально-политических и социально-культурных факторов, транслирующихся через новые медиа, как самим государством, так и другими субъектами международных отношений.
4. Впервые проведен контент-анализ украинских, российских, американских, британских и немецких новых медиа на предмет выявления факторов, оказывающих влияние на процесс конструирования внешнеполитического имиджа Украины. Установлено, что положительное влияние на имидж Украины в большей степени оказывают культурный и спортивный факторы, а отрицательное – политический, экономический и социальный.
5. Исследованы установки политики России в отношении внешнеполитического имиджа Украины и обоснована необходимость и возможности участия Российской Федерации в формировании её имиджа.

На защиту выносятся положения:

1. Внешнеполитический имидж государства – это комплекс субъективных и объективных, рациональных и иррациональных представлений о государстве в международном дискурсе, основанных на системе знаков, архетипов и стереотипов, отражающих его социально-политические и историко-культурные характеристики. Внешнеполитический имидж основывается на представлениях государства о самом себе и представлениях, которые складываются о нем у других субъектов международных отношений, где образ сильного или слабого государства является основной составляющей данного стереотипа. Имидж любого государства многогранен, поскольку не может состоять только из отрицательных или положительных представлений.
2. Значимая роль новых медиа в процессе формирования внешнеполитического имиджа государства обусловлена широким охватом аудитории и оперативностью доступа к актуальной (но не всегда объективной) информации о субъекте международных отношений. Кроме этого, актор международных отношений посредством новых медиа может осуществлять кастомизацию своего имиджа.
3. Новые медиа являются одним из инструментов «мягкой силы». Украина выступает одновременно объектом и ретранслятором «мягкой силы» Запада, что выражается в продвижении основных ценностей и идей

либерально-демократического проекта. Основными причинами, по которым она является ретранслятором «мягкой силы», выступают:

- отсутствие ценностей, которые были бы привлекательны для граждан других стран;
- отсутствие единой консолидирующей национальной идеи;
- низкий экономический потенциал и уровень качества жизни, которые не могут обеспечить формирование аттрактивных ценностей для внешних акторов;
- отсутствие собственного национального проекта;
- западное финансирование общественных и других организаций, осуществляющих деятельность на территории Украины.

4. Существует 6 факторов (политический, экономический, социальный, культурный, спортивный и экологический), которые оказывают влияние на формирование внешнеполитического имиджа Украины.

Установлена бинарность вышеперечисленных факторов. Они могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на имидж страны. Однако за весь исследуемый промежуток времени в украинских новых медиа доминируют отрицательные высказывания о внешнеполитическом имидже Украины – 66%, положительные – 30% и нейтральные – 4%.

Внешнеполитический имидж Украины состоит как из положительных, так и из отрицательных компонентов. Однако он конструируется преимущественно на негативных стереотипах-образах: слабое, нестабильное государство-жертва, находящееся в политическом и экономическом кризисе, усугубленном состоянием войны на Донбассе, информационной войной с Россией и политическими скандалами. Положительная сторона имиджа раскрывается в таких словах-индикаторах, как реформирование, демократические преобразования, отмечаются победы украинских спортсменов, проведение Евро-2012, участие украинских деятелей культуры в различных международных мероприятиях.

5. Западные и российские новые медиа оказывают существенное влияние на имидж Украины. Об этом свидетельствуют полученные данные контент-анализа новых медиа Великобритании, Германии, США и России. В зарубежных и российских новых медиа доминируют высказывания, которые оказывают отрицательное влияние на имидж Украины – 67%, положительное – 29% и нейтральное – 4%.

Положительная сторона имиджа Украины как страны, лояльной к глобальному либеральному проекту, в западных новых медиа раскрывается посредством ретрансляции основных идей и ценностей, таких как демократия, права человека, толерантность и др.

Негативная сторона имиджа Украины находит свое выражение в констатации низких политических и экономических показателей, которые усугубляются коррупцией и такими социальными проблемами, как секс-туризм, наркотрафик, поставки оружия и др. Нестабильность – ключевое слово при характеристике Украины.

Положительная и отрицательная составляющая имиджа является сочетанием реальных фактов и манипуляций (констатации реально происходящих событий и искажённых трактовок данных событий). В глазах западных стран Украина – это жертва российской агрессии. В российском медийном поле Украина – это страна с прогрессирующим национализмом и высокой степенью русофобии, где правящая элита является западноориентированной.

6. Начавшаяся в 2008 г. эскалация информационной войны оказывает влияние на процесс конструирования имиджа вовлеченных в нее субъектов международных отношений. Участие России в формировании имиджа Украины является ключевым с точки зрения ее внешнеполитических установок: антигегемонизма, реализма, прагматизма и концепции полицентичного мира, которые выражаются в противостоянии навязываемым западным ценностям. Кроме этого, участие в данном процессе обусловлено необходимостью обеспечения информационной безопасности РФ, противостояния Западу и формирования альтернативного образа контрагента не только для жителей России, но и для других субъектов международных отношений.

Теоретическая значимость работы обусловлена тем, что полученные результаты вносят вклад в теоретическую разработку концепций по формированию внешнеполитического имиджа государства и содействуют более глубокому пониманию роли новых медиа в процессе конструирования имиджа субъекта международных отношений. Расширено методологическое представление о процессе формирования внешнеполитического имиджа государства. Теоретические выводы могут быть использованы при анализе процесса формирования имиджа любого конкретного субъекта международных отношений.

Практическая значимость работы состоит в том, что основные положения диссертации могут быть использованы при чтении курсов и спецкурсов по политологии, международной безопасности, политической коммуникации и сравнительному страноведению. Полученные данные могут быть использованы при разработке учебных пособий, подготовке практических материалов для российских внешнеполитических ведомств, а также при разработке стратегии по формированию положительного внешнеполитического имиджа Российской Федерации.

Апробация результатов исследования.

Основные положения диссертации были апробированы на научных конференциях: Международный круглый стол «Конкуренция интеграционных проектов мировых центров силы и государства постсоветского пространства в условиях глобального кризиса» (16-17 октября 2013 г., г. Симферополь), XXXVII Международные научные чтения «Культура народов Причерноморья с древнейших времен до наших дней» (29-30 октября 2014 г., г. Симферополь), XXVII Харакский форум (12-16 мая 2015 г., г. Ялта, Гаспра (Харакс)), I научная конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки» (26-30 октября 2015 г., г. Симферополь),

XL Международные научные чтения «Культура народов Причерноморья с древнейших времен до наших дней» (20-21 апреля 2016 г., г. Симферополь), II Международная научная конференция «Потемкинские чтения» (20-22 апреля 2017 г., г. Севастополь), Международный круглый стол «Левая идея в современном мире» (1 июня 2018 г., г. Симферополь), научная конференция «Ялта 1945: уроки истории» (14-15 февраля 2019 г., пгт. Ливадия).

Результаты проведенного исследования отражены в 10 научных публикациях, из них 5 – в ведущих периодических изданиях из перечня ВАК РФ.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Отраженные в диссертации научные положения, посвященные исследованию роли новых медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа Украины, соответствуют пунктам паспорта специальности – 23.00.04 Политические проблемы международных отношений, глобального и регионального развития, а именно: п. 1. «Сущность и содержание внешнеполитической деятельности субъектов международных отношений», раскрывается в рассмотрении внешнеполитических императивов Российской Федерации и участия международных субъектов в формировании внешнеполитического имиджа Украины; п. 8 «Внешнеполитическая деятельность субъектов международных отношений в области национальной, региональной и глобальной безопасности. Субъекты международных отношений. Проблемы национальной безопасности в международных отношениях», находит свое выражение в вопросах необходимости участия Российской Федерации в процессе конструирования внешнеполитического имиджа Украины с точки зрения национальной безопасности; п. 10 «Новые информационные технологии и международные отношения», раскрывается в исследовании роли новых медиа в процессе формирования внешнеполитического имиджа Украины.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка сокращений и условных обозначений, списка литературы и приложений. Общий объем диссертации составляет 217 страниц, из них 31 страница – список литературы, включающий 298 наименований и 7 страниц – приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** определена актуальность темы исследования, охарактеризована степень разработанности проблемы, обозначены объект, предмет, цель и основные задачи диссертационной работы. Установлены хронологические рамки исследования; определена методология исследования; обоснована научная новизна; сформулированы основные положения, выносимые на защиту; обусловлена теоретическая и практическая значимость работы, а также показана степень апробации полученных результатов.

Первая глава «Теоретико-методологические аспекты исследования новых медиа и внешнеполитического имиджа государства» посвящена

особенностям конструирования внешнеполитического имиджа государства с помощью новых медиа, а также исследованию внешнеполитических установок Российской Федерации в отношении Украины.

В параграфе 1.1. «Понятие внешнеполитического имиджа в международно-политических исследованиях» анализируются основные теоретические подходы к изучению концепта «внешнеполитический имидж государства». Рассмотрены основные компоненты имиджа государства. Представлен краткий обзор основных идей исследований, касающихся формирования внешнеполитического имиджа Украины.

Конструируемый государством имидж как извне, так и внутри страны может по-разному восприниматься субъектами международных отношений. Так, для одних международных акторов имидж субъекта может иметь негативную тональность, а для других положительную: Украина на Западе воспринимается как слабое государство, жертва российской агрессии, с низким уровнем качества жизни, однако проевропейской, разделяющее западные ценности. В российском представлении Украина – это слабое государство, с высоким уровнем национализма, притесняющее русскоязычное население, государство-марионетка, где была эффективно реализована политика «мягкой силы» США, в результате которой она стала ретранслятором «мягкой силы» Запада. В случае представлений Украины о самой себе, они скорее совпадают с вышеописанными представлениями о ней Запада.

В параграфе 1.2. «Особенности новых медиа и их влияние на внешнеполитический имидж государства» рассматривается генезис новых медиа, представлена характеристика и основные подходы к их изучению. Рассмотрен процесс конструирования международного имиджа Украины в контексте парадигм Р. Крейга.

Новые медиа – это открытое, интерактивное цифровое пространство, имеющее обратную связь, где пользователи могут взаимодействовать друг с другом, а также оперативно потреблять, создавать и распространять контент. Фрагментарность и мозаичность, атомизация интернет-сообщества и максимальная индивидуализация коммуникации за счет различных интернет-платформ свидетельствует о том, что новые медиа являются продуктом постмодерна.

Выявлено, что новые медиа оказывают прямое и опосредованное воздействие на политических акторов. Соответственно, интернет-пользователи, которые становятся лидерами мнений, могут оказывать непосредственное влияние на все сферы общественно-политической жизни, включая процесс конструирования международного имиджа государства.

В случае международных отношений новые медиа выступают одновременно инструментом объединения и поляризации. Разделение на «своих» и «чужих» происходит на основе ценностей и стереотипов, которые играют ключевую роль в условиях информационной войны.

В параграфе 1.3. «Концептуальные основы новых медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа государства» определены

походы к изучению двух ключевых концептов «новые медиа» и «внешнеполитический имидж государства»: конструктивистский и постмодернистский. Уточнено содержание понятия «внешнеполитический имидж государства» с точки зрения конструктивистского подхода.

Предложена типология интернет-пользователей: информеры – те, кто создают контент по каким-либо информационным поводам и размещают его в интернет-пространстве; соинформеры – те, кто транслируют информацию (делают репосты), но не дают ей оценку; пользователи – исключительно потребителями контента, которые не генерируют и не ретранслируют его.

Установлена взаимозависимость внутри- и внешнеполитического имиджа государства. Поскольку представления государства о самом себе всегда включены во внешний образ, равно как и формируемые представления о государстве извне, так или иначе, отражаются на внутриполитическом имидже.

Представлена схема конструирования внешнеполитического имиджа государства посредством информационного пространства, где на формирование внешнеполитического имиджа государства оказывают как целенаправленное, так и опосредованное воздействие индивидуальные и групповые субъекты: внутри- и внешнеполитическая деятельность государственных органов власти; общественные организации и движения; бизнес; медийные и другие субъекты международных отношений.

К основным инструментам, которые оказывают влияние на формирование внешнеполитического имиджа, относятся: традиционные медиа, новые медиа, «мягкая сила», манипулятивные технологии, мифологизация, пропагандистский и дипломатический стереотипы, позиционирование, информационные войны. Перечисленные инструменты могут как отражать, так и искажать внешнеполитический имидж государства, усиливая или напротив ухудшая его образ.

В параграфе 1.4. «Внешнеполитические императивы Российской Федерации в отношении имиджирования Украины» рассмотрены основные угрозы национальной и информационной безопасности Российской Федерации. Анализируются основные внешнеполитические установки России в отношении Украины.

Посредством участия Российской Федерации в процессе конструирования внешнеполитического имиджа Украины, она реализует взаимосвязанные внешнеполитические императивы: антигегемонизм, реализм, прагматизм и концепцию многополярного мира, которые выражаются в противостоянии навязываемым западным ценностям и соответствуют национальным интересам Российской Федерации.

Вторая глава «Внешнеполитический имидж Украины: место страны в международной системе и способы имиджирования» посвящена исследованию места и роли Украины в международных отношениях. На ее примере рассматриваются основные инструменты конструирования внешнеполитического имиджа: пропагандистский и дипломатический стереотипы, международные рейтинги, «мягкая сила» и новые медиа.

В параграфе 2.1. «Украина в международных отношениях» анализируется генезис Украины и ее место и роль на международной арене. Исследуется внешнеполитическая деятельность украинских властей с 1991 г. по 2018 г.

С точки зрения международных отношений: Украина – это малосубъектное государство, буферная зона между Россией и Западом. Страна с историческим, религиозным и культурным расколом, который создает трудности в реализации внутренней и внешней политики.

До 2014 г. рост экономики Украины происходил, в первую очередь, за счет развития отношений с Россией. Настоящее состояние межгосударственных отношений между Россией и Украиной характеризуется разрывом в одностороннем порядке со стороны Украины Договора 1997 г. «О дружбе, сотрудничестве и партнёрстве между Российской Федерацией и Украиной», эскалацией информационной войны между Западом и Россией в контексте украинского кризиса.

Украина является цивилизационным спутником России. Однако в настоящее время она отступила от своей цивилизационной матрицы в результате действий политической элиты, которая ориентировала жителей Украины на другие цивилизационные стандарты и ценности, в результате чего данное государство оказалось в сфере притяжения западных геополитических акторов.

В параграфе 2.2. «Позиции Украины в международных рейтингах» анализируются политические, экономические и социальные показатели Украины в международных рейтингах.

Фактически по всем показателям Украина имеет негативную тенденцию и воспринимается мировым сообществом как малоразвитое государство, имеющее ряд политических, социальных и экономических проблем. Из положительного стоит отметить инфраструктурные улучшения с 2012 г., которые связаны с подготовкой и проведением чемпионата Европы по футболу в 2012 году. Незначительный рост некоторых экономических показателей наблюдается в период с 2010 по 2014 гг. Однако, после 2014 г. многие показатели Украины резко ухудшились в связи с произошедшим политическим кризисом. Украина воспринимается мировым сообществом как малоразвитое государство, имеющее ряд политических, социальных и экономических проблем.

В параграфе 2.3. «Пропагандистские и дипломатические стереотипы как основа внешнеполитического имиджа Украины» раскрываются особенности пропагандистского и дипломатического стереотипов внешнеполитического имиджа государства.

Поскольку государства посредством новых медиа конструируют и поддерживают как внешнеполитические стереотипы о своей стране, так и о контрагентах, важно формировать данные стереотипы посредством знаков, которые были бы понятны не только создающей стороне, но и другим субъектам международной политики.

Следует учитывать, что многие государства способны распространять и поддерживать разные дипломатические имиджи для разных адресатов. Например, для Запада Украина сформировала образ жертвы, которая сопротивляется российской угрозе, отстаивая свою независимость и целостность. В России сложился имидж Украины как слабого враждебного националистического государства, действиями которого руководит Запад в лице США. Истоком такой двойственности можно считать политику многовекторности, изначально провозглашенную вторым президентом Украины Л.Д. Кучмой, которая в итоге сформировала два разных имиджа на Западе и на Востоке: желание Украины вступить в ЕС и в тоже время тесно сотрудничать с Российской Федерацией. Позже, во время президентства В.А. Ющенко во внешнеполитической доктрине Украины был задекларирован курс на ассоциацию с ЕС и вступление Украины в НАТО. Однако при президенте В.Ф. Януковиче был закреплен внеблоковый статус Украины, но курс на евроинтеграцию остался. Несмотря на это, политические лидеры Украины продолжали «обещать» тесное экономическое сотрудничество с Россией до избрания президентом Украины П.А. Порошенко.

В параграфе 2.4. «Ретрансляция «мягкой силы» Запада как способ конструирования внешнеполитического имиджа Украины» рассматривается «мягкая сила» как средство по формированию внешнеполитического имиджа государства. В качестве свидетельства приверженности либерально-демократическим ценностям Украина демонстрирует внешнеполитические устремления, которые сказываются на ее имидже и транслируются посредством новых медиа.

В результате анализа, автор приходит к выводу о том, что Украина является ретранслятором «мягкой силы» Запада по ряду причин:

1. На Украине отсутствует общая национальная идея, которая бы способствовала консолидации жителей всех регионов. Общественное сознание на Западной Украине имеет, в основном, проевропейскую ориентацию, а среди национальных героев выделяются идеологи украинского национализма С.А. Бандера и Р.И. Шухевич и др. Напротив, общественное сознание на востоке и юге Украины отличается сравнительно высокой долей пророссийских настроений и общностью с Россией.

2. Отсутствуют уникальные ценности, присущие только украинцам, за счет которых можно было бы консолидировать общество и которые можно было бы популяризировать, тем самым формируя аттрактивный имидж.

3. На Украине достаточно низкое качество жизни, а этот индикатор является фундаментом для реализации «мягкой силы», поскольку на основе качества жизни и ценностей формируется привлекательный образ государства.

4. Отсутствует государственная стратегия по реализации «мягкой силы».

5. Не выработан действенный механизм преодоления сложившихся негативных стереотипов и мифов об Украине.

6. В настоящее время общественные организации, которые действуют на Украине, финансируются, в большинстве случаев, западными структурами и нацелены на формирование положительного имиджа Запада на Украине.

В параграфе 2.5. «Отражение внешнеполитического имиджа Украины в украинских новых медиа 2008-2018 гг.» посредством контент-анализа украинских новых медиа исследуются представления украинцев о том, какие факторы оказывают воздействие на международный имидж Украины в период с 2008 по 2019 г.

Выделены основные точки роста количества упоминаний «имидж Украины». Первая точка роста приходится на 2012 г. и связана с проведением Евро-2012, после которого, интерес к имиджу Украины резко падает. В 2014 г. наблюдается рост упоминаний. В первую очередь, он связан с происходящими политическими событиями: политическим кризисом, а позже – воссоединением Крыма с Россией и началом боевых действий на востоке Украины. Третья точка роста как положительных, так и отрицательных упоминаний приходится на 2017 г. Она связана с эскалацией информационного конфликта с Россией. Следует отметить, что начиная с 2015 г., в украинских новых медиа фактически исчезают нейтральные материалы, что является следствием развертывания информационной войны.

На протяжении всего темпорального отрезка исследования доминируют высказывания, которые свидетельствуют о негативном внешнеполитическом имидже Украины. Так, 66% упоминаемых факторов отрицательно воздействуют на имидж исследуемой страны, 30% – положительно и 4% – нейтрально.

Третья глава «Внешнеполитический имидж Украины в западных и российских новых медиа: контент-анализ за 2008-2018 гг.» посвящена исследованию западных и российских новых медиа на предмет отражения и искажения в них внешнеполитического имиджа Украины. Рассмотрены основные внешнеполитические установки России в отношении участия в процессе конструирования внешнеполитического имиджа исследуемой страны.

В параграфе 3.1. «Конструирование внешнеполитического имиджа Украины в новых медиа Великобритании» посредством контент-анализа исследуется внешнеполитический имидж Украины, который формируется в новых медиа Великобритании с 2008 по 2018 гг.

Проанализировав новые медиа Великобритании с 2008 по 2018 гг., можно сделать вывод, что за исследуемый период 60% факторов оказывают негативное влияние на имидж Украины, 35% – позитивное и 5% факторов упоминаются в нейтральном контексте. Украина предстает как слабое государство, жертва «российской агрессии», ненадежный экономический партнер, который неспособен гарантировать бесперебойный транзит газа в ЕС, и страна, пронизанная коррупцией, с плохо развитой инфраструктурой и экономикой, находящейся в политическом кризисе, имеющая экологические проблемы. Процесс формирования положительного имиджа происходит только за счет культурного и спортивного факторов, посредством популяризации

украинской культуры, а также незначительных подвижек происходящих в сфере экономики. По мнению британцев, акции организации Femen оказывают положительный эффект на имидж Украины.

В параграфе 3.2. «Конструирование внешнеполитического имиджа Украины в новых медиа Германии» исследуется внешнеполитический имидж Украины, который формируется в новых медиа Германии в период с 2008 г. по 2018 г.

По результатам исследования, доминируют факторы, которые отрицательно влияют на имидж Украины – 79%, положительно – 18% и нейтрально – 3%. Спектр факторов, оказывающих негативное воздействие на имидж Украины, гораздо шире, чем спектр положительных.

Несмотря на то, что Германия пытается оказывать воздействие на внутреннюю политику Украины, из всех исследуемых стран, она проявляет наименьший интерес к вопросам ее имиджа.

В параграфе 3.3. «Конструирование внешнеполитического имиджа Украины в новых медиа США» посредством контент-анализа исследуется внешнеполитический имидж Украины, который формируется в новых медиа США с 2008 по 2018 гг.

За весь исследуемый период большинство упомянутых факторов оказывают отрицательное воздействие на имидж Украины и составляют 54%, положительное – 40% и нейтральное – 6%.

Для США очень важен политический фактор, поскольку в исследуемый период были найдены упоминания данного фактора, как в положительном, так и в отрицательном контексте. Популяризация украинской культуры посредством проведения различных мероприятий за рубежом, проведение спортивных мероприятий, а также ряд политических событий на Украине, включая Евромайдан, по мнению американских интернет-пользователей, оказывают наибольший положительный эффект на имидж Украины.

В негативном контексте Украина воспринимается как страна неполных реформ и нереализованных потенциалов, с коррумпированной государственной системой. Военный конфликт, рост национализма также усугубляет имидж исследуемой страны. Данные события способствуют росту русофобии и переходу в активную фазу информационной войны с Российской Федерацией. В материалах отмечается, что сельское хозяйство находится в упадочном состоянии. По отношению к Украине в текстах употребляются следующие эпитеты: «мафиозное государство», «страна вечной войны».

В параграфе 3.4. «Конструирование внешнеполитического имиджа Украины в новых медиа Российской Федерации» посредством контент-анализа исследуется внешнеполитический имидж Украины, который формируется в новых медиа Российской Федерации с 2008 по 2018 гг.

Проанализировав новые медиа Российской Федерации за период с 2008 по 2018 гг., можно сделать вывод, что за исследуемый период 74% факторов оказывают негативное влияние на имидж Украины, 22% – позитивное и 4% факторов упоминаются в нейтральном контексте.

Основываясь на частоте упоминаний, наибольшее положительное воздействие на имидж Украины оказывает культурный, спортивный и экономический факторы. Футболист Андрей Шевченко, боксёры братья Виталий и Владимир Кличко, Александр Усик, участники музыкального конкурса «Евровидение», группа «Океан Эльзы», а также мероприятия направленные на популяризацию украинской культуры, делают Украину более узнаваемой за рубежом. Проведение Евро-2012 способствует развитию экономических показателей, в частности, инфраструктуры и туризма.

Говоря о факторах, которые оказывают негативное влияние на имидж Украины, следует отметить, что наибольшее воздействие оказывают политический, экономический и социальные факторы. Военные действия на Донбассе, наркотрафик, секс-туризм, нелегальные поставки оружия боевикам ИГИЛ, трансплантация органов, отстрел собак – данные факты формируют образ слабо развитой с низкой степенью безопасности, преступной страны, где дискредитирован закон. Наибольшую угрозу имиджу представляет растущий национализм, частота упоминаний которого с каждым годом увеличивается и находит свое выражение в ключевых словах: национализм, русофобия, антисемитизм, бандеровцы, ватники, ОУН-УПА, батальон «Азов», партия «Свобода», «Правый сектор». В российских новых медиа вырисовывается имидж Украины как «черной дыры на задворках Восточной Европы» и «главного европейского нищего».

В параграфе 3.5. «Участие России в имиджировании Украины в условиях информационной войны» рассматриваются сценарии будущего Украины в контексте информационной войны Запада против России. В этой связи, адекватное реагирование на процесс конструирования имиджа Украины представляется важным для Российской Федерации по ряду причин:

1. На основании анализа динамики формирования международного имиджа Украины можно скорректировать представления о потенциальных угрозах для Российской Федерации и стратегию ее дальнейших действий.

2. Противостояние Запада и России. США продвигают свои ценности, как универсальные, по всему миру, которые, по их мнению, должны доминировать над национальными интересами. В настоящее время Украина является ретранслятором западных ценностей. В этой связи, прозападная ориентация Украины представляет собой потенциальную угрозу для национальной безопасности Российской Федерации.

3. Поскольку Российская Федерация является одним из влиятельных субъектов международных отношений, ее участие в имиджировании Украины посредством распространения информации о происходящих событиях на ее территории, с точки зрения национальных интересов России, способствует конструированию и всестороннему отображению имиджа исследуемой страны. Тем самым она формирует объективное восприятие России и Украины мировой общественностью.

4. Участие в процессе формирования имиджа Украины оказывает влияние на процесс конструирования имиджа России.

5. Участие в формировании информационных потоков на Украине и отражение объективной информации о происходящих событиях будет способствовать структурированию пророссийского политического поля и, как следствие, преодолению санкционного режима.

6. В перспективе, участие в конструировании внешнеполитического имиджа Украины может способствовать собиранию Русского мира.

В **заключении** по результатам проведенного исследования делаются следующие выводы:

1. Согласно уточненному определению внешнеполитического имиджа государства, таковым выступает комплекс не всегда объективных рациональных и иррациональных представлений о данном государстве, который формируется в международном дискурсе и основывается на системе знаков, архетипов и стереотипов, отражающих его социально-политические и историко-культурные характеристики. Данные стереотипы формируются, транслируются и искажаются как у государства о самом себе, так и у других субъектов международных отношений. В основу этих стереотипов всегда включен образ сильного или слабого государства. Многогранность внешнеполитического имиджа государства находит свое выражение в сочетании его положительных и отрицательных сторон.

2. Анализ отечественных и зарубежных трудов позволил сделать вывод о том, что новые медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа государства играют немаловажную роль. В международном контексте важность формирования имиджа государства при помощи новых медиа является необходимой по трем причинам:

- оперативность – информация появляется быстро и, соответственно, является актуальной в отличие от той информации, которая появляется в газетах или на телевидении (в настоящее время все чаще ссылаются на информацию из новых медиа). Недостатком является тот факт, что оперативность не означает достоверность информации;
- охват аудитории – все субъекты международных отношений без каких-либо дополнительных усилий получают доступ к оперативной и актуальной информации;
- возможность осуществлять кастомизацию международного имиджа государства, т.е. его адаптацию под других субъектов международных отношений.

3. «Мягкая сила» и новые медиа являются продуктом либерально-демократической концепции, где новые медиа – это один из инструментов для реализации «мягкой силы».

В настоящее время Украина находится в сфере влияния Запада. Она одновременно является и объектом воздействия, и ретранслятором его «мягкой силы». Выявлены основные причины, по которым Украина является ретранслятором «мягкой силы» Запада:

- отсутствие украинских ценностей, которые были бы привлекательны для граждан других государств;

- разобщённость украинского общества обусловлена отсутствием единой консолидирующей национальной идеи;

- низкий экономический потенциал и уровень качества жизни не могут обеспечить формирование аттрактивных ценностей для внешних акторов;

- отсутствие собственного национального проекта обеспечивает информационную сателлитность украинского проекта;

- деятельность общественных организаций на территории Украины финансируются, как правило, из иностранных фондов.

Перечисленные причины не способствуют формированию положительного внешнеполитического имиджа Украины в контексте российских национальных интересов и находят свое противодействие в политике Российской Федерации, которая ориентирована на сдерживание распространения либерально проекта на постсоветском пространстве.

4. В процессе анализа украинских новых медиа были выделены 6 основных факторов, которые оказывают влияние на процесс формирования внешнеполитического имиджа Украины: политические, экономические, социальные, культурные, спортивные и экологические.

За весь период исследования с 2008 по 2018 гг. в украинских новых медиа 66% найденных упоминаний оказывают отрицательное воздействие на имидж исследуемой страны, положительное – 30% и нейтральное – 4%.

Можно выделить 3 основные точки роста количества упоминаний темы «имидж Украины» в украинских новых медиа. Первая точка роста, связанная с проведением Евро-2012, приходится на 2012 г. Вторая точка фиксируется в 2014-2015 гг. и соотносится с политическим кризисом на Украине. Третья точка роста упоминаний приходится на 2017 г. и связана с эскалацией военного и информационного конфликта с Россией.

Сравнительный анализ продемонстрировал бинарность фактически всех заявленных факторов, влияющих на имидж Украины (за исключением экологического). Они могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на имидж страны. В том, что у Украины за рубежом формируется в большей степени негативный образ, украинские политические акторы обвиняют не только Россию, но и Беларусь, Польшу и частично США, Францию и Германию. Выделение средств из государственного бюджета, а также создание специальных структур при МИД Украины на данный момент не способствует формированию положительного внешнеполитического имиджа Украины. Об этом свидетельствует образ, который формируется в сознании украинских интернет-пользователей: Украина – слабое, коррумпированное государство, жертва российской агрессии, находящееся в состоянии гибридной войны. Усугубляют ситуацию существующие социальные, экономические и экологические проблемы. К концу 2018 г. в украинском информационном поле по большей части присутствуют фиксации, основанные на продвижении националистических и русофобских идей, что негативно сказывается на репутации Украины.

Достижения в сфере культуры и спорта (участие в Евровидении, проведение Евро-2012 и др.), а также стремление к демократическим преобразованиям, которые выражаются в борьбе с советским прошлым, составляют положительную сторону имиджа Украины.

5. Проанализировав новые медиа России, США, Великобритании и Германии, можно сделать вывод, что за исследуемый период большинство упоминаний оказывают отрицательное влияние на имидж Украины и составляют 67%, положительное – 29%, нейтральное – 4%. Полученные результаты свидетельствуют о высокой роли западных и российских новых медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа Украины.

Наибольший интерес Украина представляет для России и США. Несмотря на достаточно низкую степень присутствия исследуемой темы в новых медиа Великобритании и Германии, не стоит недооценивать их влияние на украинские политические проблемы. Во всех исследуемых западных медиа позиции России по украинскому кризису оцениваются негативно и сводятся к обвинениям во вмешательстве во внутреннюю политику Украины, а также в военной агрессии.

Положительная составляющая имиджа Украины в западных новых медиа раскрывается через демонстрацию в первую очередь культурных достижений, а также демократических преобразований. В российских новых медиа на процесс конструирования положительного имиджа Украины наибольшее воздействие оказывают культурные и спортивные мероприятия. Однако спортивный и культурный факторы в сравнении с политическим и экономическим являются менее значимыми, соответственно, на их основе невозможно сформировать образ сильного государства.

В западных новых медиа до 2014 г. негативные упоминания связаны с внутриполитическими событиями, основными из которых являются акции организации Femen, политическая деятельность В.Ф. Януковича, арест Ю.В. Тимошенко. Начиная с 2014 г. негативные упоминания сводятся к российской агрессии и военным действиям на Донбассе. В свою очередь, в российских новых медиа за весь период исследования негативные упоминания касаются проблемы роста национализма на Украине.

Выявлены 4 основные точки роста количества упоминаний темы «имидж Украины» в российских и западных новых медиа. Первая точка роста приходится на 2012 г. и связана с чемпионатом Европы по футболу – 2012. Второй скачок упоминаний фиксируется в 2014 г., связанный с украинским политическим кризисом. Третья точка роста упоминаний приходится на 2015 г., соотносится с эскалацией военного конфликта на Донбассе. Четвертая фиксируется в 2018 г. и связана с эскалацией информационной войны Запада с Россией.

Основываясь на результатах исследования западных и российских новых медиа, можно построить общий внешнеполитический образ Украины, где представлены как положительные, так и отрицательные компоненты: Украина – это слаборазвитая в политическом и экономическом плане страна, стремящаяся

к демократическим преобразованиям, где политическая система пронизана коррупцией. Она является ненадежным поставщиком газа и имеет ряд социальных проблем: проституция, наркотрафик, поставки оружия. Вместе с тем Украина стремится к реформированию, имеет определенные спортивные и культурные достижения. Непривлекательная в туристическом и инвестиционном плане страна, со слаборазвитой инфраструктурой. В глазах западных стран Украина – жертва российской агрессии, государство, стремящееся к демократическим преобразованиям. В российском медийном поле – это страна с прогрессирующим национализмом и высокой степенью русофобии, где правящая элита является западноориентированной, финансируемой США. Людьми-брендами страны являются братья-боксёры Кличко, боксёр А. Усик, пловчиха Я. Клочкова, футболист А. Шевченко, рок-группа «Океан Эльзы», участники конкурса «Евровидение».

6. Украина выступает предметом конфронтации между Западом и Россией, а украинский кризис является одним из факторов, актуализирующих вопрос пересмотра международного порядка. Участие России в процессе формирования имиджа Украины продиктовано внешнеполитическими установками антигегемонизма, реализма, прагматизма и концепцией многополярного мира. Во-первых, это связано с необходимостью обеспечения информационной безопасности России, что выражается в противостоянии угрозам, исходящим от западных стран. Во-вторых, поскольку в основе положительного имиджа Украины лежит либеральный проект, усилия России будут способствовать сдерживанию его распространения. В-третьих, в свете усугубившихся межгосударственных отношений между Россией и Украиной участие в данном процессе позволяет формировать и представлять альтернативный образ контрагента не только для жителей России, но и для других субъектов международных отношений. В-четвертых, участие в формировании информационных потоков в украинской инфосфере способствуют структурированию пророссийского политического поля на Украине. Объективная информация о происходящих на Украине событиях в общественно-политической жизни демонстрирует несостоятельность либерально-демократического проекта и в последующем может способствовать собиранию Русского мира и преодолению санкционного режима.

Все вышеобозначенные выводы свидетельствуют о немаловажной роли и социальной значимости новых медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа государства. Полученные результаты исследования могут стать основой для дальнейшего изучения роли новых медиа в процессе формирования международного имиджа государства, а также их степени влияния на международные процессы.

Можно констатировать, что выдвинутая рабочая гипотеза исследования подтвердилась: новые медиа выполняют функцию «зеркала», отражая и искажая внутри- и внешнеполитический имидж государства, который как формируется посредством распространения информации государства о самом себе, так и строится на информации и представлениях о нем других субъектов

международных отношений. Данные искажения являются, с одной стороны, управляемыми, а с другой – зависят от ряда социально-политических и социально-культурных факторов, таких как военные действия на Донбассе, информационная война, ухудшение экономических и политических показателей, рост социальных проблем.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Марецкая Н.А. Роль информационных технологий в формировании внешнеполитического имиджа Украины / Н.А. Марецкая // Вісник СевНТУ: зб. наук. праць. – 2012. – Серія: Політологія. – Вип. 136. – С.182-185.

2. Марецкая Н.А. Коммуникативная сущность «новых медиа» и их роль в политических процессах / Н.А. Марецкая // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». – 2014. – Т. 27 (66). – № 3. – С. 208-213.

3. Марецкая Н.А. Отражение имиджа Украины в украинской блогосфере (2013-2015 гг.) / Н.А. Марецкая // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – Серия. «История. Политология». – 2017. – № 1 (250). – Вып. 41. – С. 171-177.

4. Марецкая Н.А. Дипломатические и пропагандистские стереотипы как основа внешнеполитического имиджа государства / Н.А. Марецкая, Л.Г. Халанская // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. – Серия «Философия. Культурология. Политология». – 2018. – Т. 4 (70). – № 2. – С.71-80.

5. Марецкая Н.А. Имидж Украины в новых медиа США: контент-анализ 2008-2015 гг. / Н.А. Марецкая // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. – Серия «Философия. Культурология. Политология». – 2018. – Т. 4 (70). – № 4.– С. 133-143.

Прочие публикации:

1. Марецкая Н.А. Конструирование внешнеполитического имиджа Украины / Н.А. Марецкая // Світове співтовариство в епоху глобальних дисбалансів: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 14-15 вересня 2012 року). – Дніпропетровськ. – 2012. – С. 125-128.

2. Марецкая Н.А. Формирование внешнеполитического имиджа Украины: анализ украинской блогосферы / Н.А. Марецкая // Этничность и власть: коллективная память и технологии конструирования идентичности. Материалы XII международного семинара (20 – 25 мая 2013 г., г. Ялта). – Севастополь. – 2013. – С. 211-213.

3. Марецкая Н.А. Понятие внешнеполитического имиджа государства в системе международных отношений / Н.А. Марецкая // Культура народов Причерноморья с древнейших времен до наших дней: материалы XXIX Международных научных чтений (20-21 апреля 2016, г. Симферополь-Алушта). – Симферополь. – 2016. – С. 71-74.
4. Марецкая Н.А. «Мягкая сила» и возможность ее применения Украиной / Н.А. Марецкая // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. – Серия «Философия. Политология. Культурология». – 2016. – Том 2 (68). – №3. – С. 111-117.
5. Maretska N. The role of national identity in the process of constructing of the foreign image: an analysis of the Ukrainian blogosphere / N. Maretska // Identity and Collective memory/ Ed. by Kjartan Selnes and Tatiana Senyushkina. – Oslo. –2013. – P.151-156.