

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/66912>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Политология

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические и исторические аспекты формирования внешнеполитического имиджа государства.....	6
§1 Понятие имиджа государства	6
§2 Концепции продвижения внешнеполитического имиджа государства	9
Глава 2 Особенности формирования внешнеполитического имиджа России.....	17
§1 Политика «мягкой силы» Российской Федерации.....	17
§2 Основные тенденции формирования внешнеполитического имиджа России.....	20
Заключение.....	23
Список использованных источников и литературы.....	25

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Вопросы позиционирования государства в международном масштабе приобрели глобальное значение. Наряду с военными, политическими и экономическими инструментами большую роль играет имидж страны. Формирование имиджа является длительным и многоуровневым процессом, который проходит с учетом множества факторов, которые по большей части относятся к «мягкой силе» страны.

В условиях глобализации освещение в СМИ приобретает характер информационных атак международного значения. Западные СМИ зачастую формируют негативный образ России. Очевидно, что к навязываемому имиджу страны причастны и спецслужбы, и объективно существующая мировая конкурентная среда. Отчасти подобная ситуация складывается и из-за сбоя системы информационного противодействия, и недостатками механизмов формирования положительного внешнеполитического имиджа Российской Федерации.

В условиях определенному воздействию подвергается историческая память, духовность, мировоззрение, моральные ценности. Посредством подобного воздействия можно отчужденность, содействовать международной изоляции и недоверию, провоцировать внутригосударственные и межгосударственные конфликты. В то же время, формирование положительного имиджа способно улучшать привлекательность государства и укреплять его позиции на международной арене.

Формирование позитивного внешнеполитического имиджа страны становится одним из важных инструментов развития в условиях глобализации. Данный процесс зависит от таких факторов, как успешность и результативность проводимого государства внешнеполитического курса, его внутриполитических достижений, экономических успехов, культуры и ценностей общества и т.д. В этой связи изучение и важность указанных вопросов представляет особую актуальность.

Имидж страны зависит и от происходящих событий внутри страны и не международной арене и реакции государства на них. В условиях глобализации информационных процессов имидж становится крайне важным для Российской Федерации.

В связи с этим, изучение процесса формирования и продвижения внешнеполитического имиджа является важным для современной России, фундаментом становления и развития бренда государства, влияет на его международные рейтинги, влияние, стабильность, конкурентоспособность.

Объектом исследования является внешнеполитический имидж России, предметом - изучение процессов разработки стратегий формирования внешнеполитического имиджа современной России.

Целью исследования является анализ современных стратегий формирования внешнеполитического имиджа

России. Основными задачами работы являются следующие:

- проанализировать понятие имиджа государства;
- рассмотреть концепции продвижения внешнеполитического имиджа государства;
- охарактеризовать политику «мягкой силы» Российской Федерации;
- выявить основные тенденции формирования внешнеполитического имиджа России.

Методологической основой работы послужили работы основоположника концепции «мягкой силы» Дж. Ная-мла., работы отечественных специалистов в области формирования внешнеполитического имиджа России. В исследовании использованы системный, описательно-повествовательный, сравнительный методы.

Структура работы обусловлена поставленными целью и задачами. Она состоит из введения, двух глав и четырех параграфов, списка использованных источников и литературы.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

§1 Понятие имиджа государства

Понятие имидж (англ. образ, изображение, облик) применительно к государству используется относительно недавно. Сам термин в его нынешнем смысле формировался на протяжении веков. Имидж использовался в качестве желаемого образа, формируемого перед окружающими.

Как отмечает Е. Перельгина, «в общей психологии под имиджем, образом в широком смысле слова понимается субъективная картина мира или его фрагментов, включая самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий» .

Имидж можно определить как «целенаправленно формируемый образ какого-либо лица, явления, предмета, призванный оказать эмоционально – психологическое воздействие на кого-либо, с целью популяризации, рекламы, обретения устойчивого признания, авторитета» .

Субъекту присваиваются личностные, человеческие качества, и в этом смысле можно говорить об имидже страны, города, товара и т.д. Во второй половине 20 века понятие имиджа стало ассоциироваться с государством.

Всемирная организация по туризму предлагает такое определение имиджа государства: это совокупность эмоциональных и традиционных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа .

К настоящему времени проблемы имиджа государства стали достаточно значимыми практически для всех стран мира. Имидж государства оценивают как прочный стратегический ресурс, дающий важные конкурентные преимущества, позволяющими продвигать свою линию более эффективным образом и легче добиваться поставленных результатов.

Как отмечает Д. Анишина, имидж страны можно рассматривать с двух точек зрения: внутривнутриполитический, воспринимаемые самими гражданами государства, внешнеполитический, характеризуемый восприятием образа страны другими акторами международных отношений и международным сообществом в целом .

Как представляется, в условиях глобализационных процессов, роста взаимозависимости, открытости государств и их границ, разграничения между внутри- и внешнеполитическим имиджем государства становятся все менее жесткими.

Внешнеполитический имидж государства определяет отношение к стране на международном уровне от государств и международных организаций до социальных групп и индивидов. Более того, можно отметить, что от имиджа страны в определенной степени зависит и ее привлекательность для иностранных инвестиций.

По мнению Э. Галумова, международный имидж может рассматриваться сквозь призму инструментального подхода, предполагающего комплексную работу с использованием достижений науки по формированию, поддержанию и совершенствованию имиджа государства. Он полагает, что Россия пока не сформулировала продуманную и цельную политику по формированию позитивного имиджа государства .

Исследователи Кисмерешкин В.Г. и Рожков И.Я. считают, что те принципы и технологии, которыми руководствовались российские деятели в начале 1990-х годов, устарели. Эффективность работа России по

формированию внешнеполитического имиджа намного уступает странам Запада, который фактически диктует повестку дня в данном направлении.

Если Российская Федерация уступает своим конкурентам, следовательно, требуются новые подходы к корректировке и совершенствованию на международной арене.

Для формирования позитивного имиджа требуются следующие принципы нового подхода. К ним относятся концептуальность, комплексность, активная вовлеченность, системность, скоординированность работы, подразумевающая деятельность на общегосударственном, региональном, отраслевом, и других уровнях, в которых происходит данный процесс. Очень эффективным инструментом формирования внешнеполитического имиджа должны стать рекламно-коммуникационные технологии.

В настоящее время отсутствуют общепризнанные функции, присущие внешнеполитическому имиджу страны. В то же время, можно отметить, что в работе В. Телегиной выделяются следующие :

- когнитивная, с идеализацией для соответствия ожиданиям аудитории;
- реализация целеполагания и адресного функционирования;
- коммуникативная;
- влияние на общественное сознание;
- презентационная;
- идентификация и категоризация субъектов политического имиджа;
- компенсаторная.

Таким образом, понятие имиджа является многогранным. Его использование применительно к государству и государственной деятельности относится ко второй половине 20 века.

Список использованной литературы:

1. Анишина Д.В. Основные элементы имиджа государства. МГУ им. М.В. Ломоносова, 2011.- https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1225/1430_6eae.pdf
2. Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005. 551 с.
3. Джозеф Най: Три главных источника силы – это армия, экономика и «мягкая сила». - <http://topwar.ru/23586-dzhozef-nay-tri-glavnyh-istochnika-sily-eto-armiya-ekonomika-i-myagkaya-sila.html>
4. Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 30 ноября 2016 г.) - http://www.mid.ru/ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptlCKB6BZ29/content/id/2542248
5. Косачев К. Не рыбу, а удочку. В чем состоит особенность «мягкой силы» России. 04.09.2012 г. - www.globalaffairs.ru/number/Ne-rybu-a-udochku-15642
6. Леонова О. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства. 2013 г. - http://www.rau.su/observer/N4_2013/027_040.pdf
7. Дж. Най-мл. Мягкая сила и американо-европейские отношения. 01.04.2013 г. - <http://smartpowerjournal.ru/soft-power/>
8. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. - СПб.: Питер, 2006. - 416 с.
9. Перелыгина Е. Б. Понятие имиджа. - <http://vneshnii-oblik.ru/psychologiya/pereligina-imidg.html>
10. Понятие и структура имиджа. Технология создания имиджа. - <https://studfiles.net/preview/2082656/>
11. Рожков И., Кисмерешкин В. Имидж России. Ресурсы, опыт, приоритеты. М.: РИПОЛ классик, 2008. 368 с.
12. Смирнов А., Кохтюлина И. Глобальная безопасность и «мягкая сила 2.0»: вызовы и возможности для России. - <https://mgimo.ru/upload/iblock/60a/60ad847142af15b58c4b7ce272d9607c.pdf>
13. Телегина К.И. Понятие и структура имиджа государства. - http://scjournal.ru/articles/issn_1997-292X_2014_12-2_48.pdf
14. Цыганков П. Мировая политика и ее содержание. Ж. Международные процессы (Россия). - <http://www.intertrends.ru/seventh/005.htm>
15. Фактор мягкой силы в современной мировой политике и проблемы политической стабильности // Зубкова А.И., Иванов В.Г., Казаринова Д.Б., Кутелева А.В., Ярославцева А.О. Политическая стабильность: новые вызовы, методологические аспекты анализа и прогнозирования, региональные исследования. М.: РУДН, 2012. - С.104-117
16. Immanuel Wallerstein (2004) World-Systems Analysis: An Introduction. Duke University Press. 128 p.
17. Keohane R., Nye J. Power and Interdependence. World Politics in Transition. Boston: Little Brown and Company, 1977. 300 p.
18. Morgenthau H. J. Politics among Nations. 4th Ed. N.Y., 1967. 752 p.

19. Nye, Joseph S. The Powers to Lead. Oxford University Press, 2008. 248 p.
20. Nye, Jr. Joseph S. Soft Power: the Means to Success in World Politics. Public Affairs. 191 p.
21. Nye Jr. Joseph .Think again: Soft Power. Foreign Policy, February 23, 2006 - http://www.foreignpolicy.com/articles/2006/02/22/think_again_soft_power
22. Rapid-Growth Markets Soft Power Index: Soft Power Variables - EY – Global. - www.ey.com/GL/en/Issues/Driving-growth/Rapid-growth-markets-soft-power-index-Soft-power-variables
23. <http://www.parliament.uk/documents/lords-committees/soft-power-uk-influence/CofEFinal.pdf>
24. <https://gorchakovfund.ru/about/>
25. <https://russiancouncil.ru/about/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/66912>