

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Роль межкультурной коммуникации в формировании положительного международного имиджа Швеции.

Зольнова Мария Геннадьевна

Студент

*Московский городской педагогический университет, Институт Гуманитарных наук,
Москва, Россия*

E-mail: mzolnova@yandex.ru

Начало эпохи глобализации и последующее за этим развитие компьютерных технологий, привело к возрастанию роли информационных технологий во всех сферах жизни современного общества, в том числе и для формирования при помощи межкультурной коммуникации имиджа страны.

В качестве яркого примера может послужить политика Швеции направленная на сохранение положительного имиджа государства.

Одной из важнейших задач для Швеции на сегодняшний день является сохранение своих культурных ценностей и продвижение бренда страны на мировой арене.

В XXI веке, Швеция активно использует инновационные технологии в области межкультурной коммуникации. Благодаря этому, стало возможно донести имидж страны до любой аудитории, размещая страницы в электронных сетях, создавая многочисленные сайты и т. д.

В данной статье автор делает попытку:

выявить особенности инновационных технологий используемых Швецией для продвижения своих интересов в мире;

определить роль межкультурной коммуникации в раскручивание бренда государства;

раскрыть характеристики восприятия Швеции в мире.

В качестве основного метода в данном исследовании был задействован контент-анализ.

Ключевые слова: Коммуникационный менеджмент, бренд, имиджмейкинг, межкультурная коммуникация, социальные сети, СИДА.

Литература

1. Правительство Швеции [http:// www.sweden.gov.se](http://www.sweden.gov.se)
2. Парламент Швеции [http:// www.riksdagen.se](http://www.riksdagen.se)
3. Официальный сайт Евросоюза <http://www.europa.eu>
4. Посольство Швеции в Москве <http://www.swedenabroad.com>
5. <http://www.mid.ru> - сайт МИД России
6. Портал института Европы РАН <http://www.ieras.ru>
7. А. Кан Швеция и Россия в прошлом и настоящем. М., 1999.

Конференция «Ломоносов 2012»

8. Малые страны Европы в XX веке под ред. А. О. Хорошева. М., 2010 URSS.
9. Вейбуль Й. Краткая история Швеции. Стокгольм, 1994.
10. Политическая имиджеология. / Под ред. Деркача А.А., Перелыгиной Е.Б. и др. М.: Аспект-пресс, 2006.
11. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. 3-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство "Финпресс 2002.