

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. ТЕОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО АКТОРА	8
1.1. Я-образ, образ и имидж политического актора	9
1.2. Имидж как ресурс «мягкой» силы современного государства	16
1.3. Имидж политического актора: основные компоненты и их взаимосвязь	19
1.4. Система имиджевых коммуникаций Европейского союза	31
1.5. Этапы построения имиджа политического актора	37
Выводы	45
Глава 2. СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ИМИДЖА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА	47
2.1. Конститутивные основы имиджа Европейского союза: европейская идентичность	48
2.2. Европейские ценности и символический капитал как основа внутри- и внешнеполитического имиджа ЕС	59
2.3. Смена имиджевых дискурсов ЕС: диахронный анализ	67
2.4. Анализ современного имиджа Европейского союза	77
Выводы	81

Глава 3. СОВРЕМЕННАЯ ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА ЕС	84
3.1. Основные инструменты имиджевой политики	85
3.1.1. Коммуникационная политика.....	86
3.1.2. Публичная дипломатия	121
3.1.3. Национальный брендинг	122
3.2. Имиджевые кампании в отдельных странах ЕС (на примере ФРГ).....	136
Выводы	148
Глава 4. СОЗДАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ЕС: ОСНОВНЫЕ ВЫЗОВЫ	149
Выводы	156
Заключение	157
Литература	160