

عنوان مقاله:

کارویژه دیپلماسی عمومی در تغییر وجهه بین المللی چین

محل انتشار:

پژوهش نامه ایرانی سیاست بین الملل، دوره 4، شماره 2 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

مریم برازجانی - دانشجوی دکتری روابط بین الملل دانشگاه خوارزمی (تهران)

حسین اصغری ثانی - دانشجوی دکتری روابط بین الملل دانشگاه تربیت مدرس (تهران)

زهرا پوردست - دانشجوی دکتری روابط بین الملل دانشگاه تربیت مدرس (تهران)

خلاصه مقاله:

ارایه تصویری مطلوب از کشور و کسب وجهه و حیثیت بین المللی، از خواسته های مهم دولتها در عرصه بین الملل و راهکاری مفید در جهت پیشبرد اهداف دیپلماسی آنها، به حساب می آید. مقامات دولتی در کشورهای مختلف در پی آنند تا ضمن ارتقای ابعاد مثبت وجهه بین المللی شان، به تثبیت موقعیت جهانی خود نیز بپردازند. رشد چشمگیر و خیزش ناگهانی اقتصاد چین از یک طرف باعث افزایش قدرت ملی آن و از طرف دیگر باعث تقویت چین هراسی و ارایه تصویری تهدیدآمیز از چین، از سوی قدرتهای جهانی شد. درمقابل چینیهها، برای مقابله با تیوری تهدید و خنثی سازی موج چین هراسی، سعی نمودند با بهره گیری از دیپلماسی عمومی تصویری صلح آمیزوهمکاری طلب از کشور خود ارایه دهند. حال نویسندگان قصد دارند با روش تحلیل کیفی دادهها در چهارچوب دیپلماسی عمومی و تصویرسازی به این پرسش پاسخ گویند که: دیپلماسی عمومی چگونه به تغییر تصویر منفی چین در نزد افکار عمومی جهان کمک کرد؛ به نظر میرسد که این کشور با تمرکز و برندسازی در حوزههای فرهنگی، آموزشی و گردشگری، توانسته یک تصویر خوب از خود را جایگزین تصویر منفی ای کند که توسط رقبایش به افکار عمومی خارجی ارایه شده است.

کلمات کلیدی:

چین، دیپلماسی عمومی، برندسازی، تصویرسازی، افکار عمومی، وجهه بین المللی، هویت، فرهنگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/704983>

