

Міністерство освіти і науки України
Національний університет “Острозька академія”
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародних відносин

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра
на тему: **„ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ФРН
В СВІТОВОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ПРОЦЕСІ”**

Виконав студент VI курсу, групи Ммв-2
спеціальності 8.03020101 „Міжнародні відносини”
Трофимчук Андрій Володимирович

Керівник: кандидат історичних наук, доцент
Рудько С. О.

Рецензент: _____

Допущено до захисту рішенням кафедри від _____
(Протокол № _____)

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ НІМЕЧЧИНИ

1.1. Міжнародний імідж країни як явище і поняття	9
1.2. Еволюція міжнародного іміджу Німеччини в період до утворення ФРН	20
1.3. Образ ФРН і НДР у світовому політичному процесі	27
1.4. Домінанти позиціонування сучасної Німеччини в міжнародних відносинах	38
Висновки до розділу 1	45

РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ФРН В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

2.1. Сучасна німецька ідентифікація як фактор формування міжнародного іміджу ФРН	47
2.2. Організація процесу формування міжнародного іміджу ФРН в умовах глобалізації та розвитку інформаційного суспільства	56
2.3. Основні інструменти та ресурси формування міжнародного іміджу ФРН в умовах глобалізації	65
Висновки до розділу 2	72

РОЗДІЛ 3. ПОЗИЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ФРН У РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

3.1. Формування міжнародного іміджу ФРН в країнах Європейського Союзу і в США	73
3.2. Особливості формування міжнародного іміджу ФРН в країнах третього світу	84
3.3. Особливості формування іміджу ФРН в Україні	94
Висновки до розділу 3	105

ВИСНОВКИ	106
----------	-----

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	114
--	-----

ВСТУП

Глобалізація і формування інформаційного суспільства сприяли віртуалізації і медіатизації політики. Політичними акторами для досягнення своїх цілей все активніше використовуються інформаційні технології, а також інші засоби, що забезпечують позитивне сприйняття їх дій на міжнародній арені. В результаті, в політичних відносинах, у зовнішній політиці істотно зросла значимість фактора міжнародного іміджу держави, який обґрунтовано розглядається як важливий інструмент посилення впливу в світі.

На сьогодні серед розвинених країн світу один з найпривабливіших іміджів має Федеративна Республіка Німеччина, роль якої в світовому політичному процесі зростає.

Ці обставини визначили вибір теми даного дослідження, **актуальність** якого обумовлена:

- необхідністю комплексного аналізу досвіду формування міжнародного іміджу Федеративної Республіки Німеччини, позитивне сприйняття якої в світовому співтоваристві багато в чому є результатом спеціально спланованої діяльності;

- інтересами наукового осмислення процесів цілеспрямованого пошуку національної ідентичності, які відбуваються в сучасній Німеччині, що дозволяє формулювати і програмувати бажаний образ країни при позиціонуванні її на міжнародній арені і при вирішенні своїх зовнішньополітичних завдань;

- потребою вітчизняної науки у вивченні специфіки використання сучасною Німеччиною іміджевих факторів для вирішення актуальних зовнішньополітичних завдань в різних регіонах світу, що зумовлює необхідність осмислення досвіду ФРН в інтересах укріплення позитивного образу України за кордоном;

- інтересами вироблення офіційної позиції України щодо ФРН і її

раціоналізації при подальшому розвитку двостороннього співробітництва в умовах, коли сучасна Німеччина активно просуває в нашій країні свій імідж, діючи цілеспрямовано і системно за низкою напрямків.

Незважаючи на актуальність дослідження проблеми міжнародного іміджу ФРН, у вітчизняній науці поки ще не приділяється достатньої уваги його теоретичному опрацюванню. Це свідчить про наявність певних прогалин у даній галузі наукового знання і спонукає до їх усунення.

Разом з тим слід зазначити, що в науковій літературі філософського, політологічного, соціологічного та іншого характеру міститься чимало плідних і цінних ідей і обґрунтованих положень, що торкаються проблематики міжнародного іміджу держави. Положення, узагальнення та висновки, що містяться в цій роботі, засновані на дослідженнях вітчизняних та зарубіжних авторів, в тій чи іншій мірі пов'язаних з осмисленням проблем міжнародного іміджу країни.

Характеризуючи ступінь наукового опрацювання теми, необхідно зауважити, що її теоретичні та практичні аспекти знайшли відбиток в монографіях, дисертаціях, статтях, офіційних документах держав, заявах і виступах політичних діячів. Серед вивчених джерел можна виділити декілька груп.

До першої групи увійшли наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, які присвячені розкриттю змісту поняття міжнародного іміджу країни, засобам його формування. Висвітленням теоретичних і прикладних аспектів міжнародного іміджу країни займаються вітчизняні та зарубіжні автори Балюк С. В., Щурко О. Н., Немченко А. Б., Барна Н. В., Палеха Ю. І., Гавра Д. П., М. Ханнаппель, А. Шванн та ін..

Вивчення джерел, що увійшли до цієї групи, дало змогу оцінити специфіку розуміння в Німеччині міжнародного іміджу країни, виявити відмінності в ступені практичної спрямованості досліджень.

Другу групу джерел склали офіційні документи органів державної влади ФРН (насамперед, федерального уряду, Міністерства закордонних

справ ФРН, Відомства федерального канцлера, інших міністерств і відомств), а також статті і заяви державних і політичних діячів Німеччини, сайти зазначених установ та службові документи, що регламентують їх діяльність в області формування міжнародного іміджу ФРН.

Аналіз названих джерел дозволив визначити офіційні політичні установки, на основі яких базується формування міжнародного іміджу ФРН, ознайомитися з організаційною структурою даного процесу, його особливістю стосовно різних регіонів світу.

У третю групу увійшли джерела, що висвітлюють історію ФРН і її зовнішню політику. Відповідні дослідження проводили Кондратюк С. В., Рудько С. О., Павлов Н. В., Воробйова Л. М., Вяткін К. С., І.С. Кремер, С.В. Погорельська С.В. та ін. Роботи цих авторів дали змогу провести аналіз сприйняття Німеччини в світі в різні історичні періоди та ознайомитися з організацією формування зовнішньополітичної діяльності уповноважених установ та органів держави, в тому числі і в області формування міжнародного іміджу.

Значний інтерес для дослідження представляють історичні документи, насамперед, Паризький меморандум 1807 р., в якому декларуються наміри керівництва Пруссії щодо цілеспрямованого формування образу країни за кордоном. Вивчення джерел даної групи сприяло осмисленню історичного досвіду Німеччини з формування свого міжнародного іміджу, особливостей його використання в сучасних умовах.

Четверту групу джерел склали роботи, що розкривають особливості відносин ФРН з різними країнами. Особливу увагу було приділено дослідженню українсько-німецьких відносин, здійсненому Андреюком В. Ю., Старостенко Г. Н., Солошенко В. В., Кондратюком С.В. та ін. авторами.

Аналіз зазначених робіт дозволив визначити детермінанти і специфіку діяльності з формування іміджу ФРН в різних країнах і регіонах, у тому числі в Україні.

Аналіз наведених вище джерел показує, що, незважаючи на значну

кількість робіт, так чи інакше пов'язаних з осмисленням міжнародного іміджу ФРН, слід констатувати певний дефіцит комплексних досліджень з даної проблематики у вітчизняній науці. Питання формування міжнародного іміджу ФРН в українських наукових дослідженнях торкаються лише побічно. Тому правомірним є висновок про те, що як у теоретичному, так і в практичному плані назріла об'єктивна необхідність цілісного політологічного осмислення процесу формування міжнародного іміджу ФРН у світовому політичному процесі.

Актуальність питань міжнародного іміджу ФРН, відсутність комплексних і системних досліджень у зазначеній галузі зумовили вибір теми, об'єкта, предмета і мети даної роботи.

Об'єктом дослідження є міжнародний імідж ФРН у світовому політичному процесі.

Предмет дослідження – процес формування та позиціонування міжнародного іміджу ФРН в умовах глобалізації.

Мета дослідження – виявити особливості процесу формування міжнародного іміджу ФРН у світовому політичному процесі.

В рамках поставленої мети визначені наступні **завдання**:

1. Проаналізувати зміст і результати трансформації міжнародного іміджу Німеччини в історичній ретроспективі;
2. Виявити доміанти формування міжнародного іміджу ФРН в сучасному світовому політичному процесі;
3. Вивчити специфіку організації процесу формування міжнародного іміджу ФРН в умовах глобалізації;
4. Визначити регіональну спрямованість формування міжнародного іміджу ФРН;
5. Виявити особливості формування іміджу ФРН в Україні.

Мета і завдання дослідження визначили структуру роботи і логіку викладення матеріалу.

Гіпотеза дослідження.

Позитивний імідж ФРН як всебічно розвиненої високотехнологічної соціально-орієнтованої демократичної держави, що позбулася наслідків фашизму, сформувався історично. З урахуванням опори на економічний, національно-психологічний і культурно-освітній потенціал країни, незважаючи на ряд існуючих проблем, обумовлених процесами глобалізації, в перспективі міжнародний імідж ФРН має тенденцію до зміцнення. Досвід ФРН може бути корисним для формуванні зовнішньополітичного іміджу України.

Наукова новизна дослідження полягає:

- у здійсненні комплексного аналізу змісту і у визначенні результатів трансформації міжнародного іміджу Німеччини;
- у виявленні домінант формування міжнародного іміджу ФРН у світовому політичному процесі в сучасних умовах;
- в розгорнутій характеристиці організації процесу формування міжнародного іміджу ФРН в умовах глобалізації;
- у визначенні специфіки регіональної спрямованості формування міжнародного іміджу ФРН;
- у розкритті особливостей формування іміджу ФРН в Україні.

Теоретичну базу дослідження становлять погляди, ідеї та висновки вітчизняних і зарубіжних дослідників, які пов'язані з осмисленням історії зародження і розвитку німецької держави, особливостями зовнішньої політики ФРН, зміною місця і ролі країни у світовому політичному процесі, її сприйняттю у світі. У процесі опрацювання проблеми враховувалися позиції авторів щодо розуміння категорій „імідж” і „імідж країни”. Особливу увагу в процесі написання роботи було приділено науковим працям, в яких аналізуються різні аспекти формування міжнародного іміджу ФРН.

Методологічна база. З метою отримання більш повного і об'єктивного уявлення про сучасний міжнародному іміджі ФРН в роботі

були використані такі загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання політичних явищ і процесів як аналіз, синтез, аналогія, порівняння, абстрагування, теоретичне узагальнення, опис та ін. Крім того, автор звертався до таких методів як інституційний, нормативно-правовий, соціологічний, логіко-історичний, системно-функціональний, історико-компаративістський. Така сукупність методів забезпечила інтердисциплінарне уявлення про роль міжнародного іміджу країни як одного з інструментів розширення сфери впливу держави в сучасному світі.

Емпіричну базу дослідження склали результати опитувань громадської думки і соціологічних досліджень, що проводяться профільними організаціями та установами, в тому числі державними установами і відомствами Німеччини, насамперед, Міністерством закордонних справ ФРН. Крім того, автором був проведений аналіз документальних джерел, матеріалів статистичного і фактологічного характеру з проблеми формування міжнародного іміджу ФРН. Крім різного роду аналітичних матеріалів автором були використані Інтернет-джерела („Bundeskanzlerin”, „Die Bundesregierung Deutschland”, „Auswaertiges Amt”, „Spiegel online”, „Deutsche Welle”, „BBC news”).

РОЗДІЛ 1

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ НІМЕЧЧИНИ

1.1. Міжнародний імідж країни як явище і поняття

Феномен „іміджу країни” відомий людству з давнини. Історія його науково-філософського осмислення бере початок від цивілізацій Стародавнього Єгипту, Стародавнього Китаю, Стародавньої Індії та Стародавньої Греції. Прикладом розуміння „іміджу країни” в античній філософії може слугувати символ печери у творі Платона „Держава”, де печера являє собою чуттєвий світ, в якому живуть люди, котрі вважають, що завдяки своїм органам чуттів вони пізнають справжню реальність. Однак це життя всього лише ілюзія і ті образи, які вони бачать – спотворені¹.

До проблеми відповідності зовнішнього образу і змісту політики звертався і мислитель епохи Відродження Н. Макіавеллі. У своїй роботі „Державець” (XVI ст.), він описує поняття „личина” (маска), яка, на думку автора, повинна бути у правителя задля досягнення політичного успіху. Для прикладу Макіавеллі бере папу Олександра VI Борджіа, який все життя витончувався в обманах, але щоразу знаходилися люди, які були готові йому вірити. Звідси мислитель робить висновок, що правителю володіти всіма чеснотами і неухильно їх дотримуватися не обов’язково і навіть шкідливо, тоді як вдавати вигляд, що володієш ними – корисно².

Один з перших зафіксованих в історії Німеччини випадків використання іміджевих прийомів в політичних цілях самопрезентації мав місце (у першій половині XIII ст.) за часів імператора Фрідріха II Штауфена і папи Григорія IX, коли імператору завдяки правильному позиціонуванню вдалося одержати підтримку знаті і змінити співвідношення сил між церквою і світською владою на свою користь.

За допомогою методів іміджелогії були організовані хрестові походи.

¹ Платон. Держава / Пер. з давньогр. Д. Коваль. – К. : Основи, 2000. – 35 с.

² Макиавелли, Н. Государь: Сочинения. - М.: ЗАО Изд-во ЭКСМО. - Пресс, 2001. - 56 с.

Завдяки захоплюючим проповідям і обіцянкам відпустити гріхи по всій Європі були завербовані добровольці для захоплення Єрусалиму, а самі походи були піднесені як „священні війни” європейських християн проти „невірних”.

Іншим прикладом використання іміджевих компонентів є дії Римсько-католицької церкви в часи Тридцятилітньої війни. В якості відповіді на успіхи реформаторів папа Григорій XV у 1622 р. створює Священну Конгрегацію Пропаганди Віри „Congregado de Propaganda Fide”, головним завданням якої було здійснення політичної реклами католицької церкви. П'ять років потому його наступник папа Урбан VIII відкрив семінарію „Collegium Urbanum de Propaganda Fide”, при якій працювали друкарня, бібліотека і музей. Тут навчалися різних мов і риториці майбутні місіонери і ідеологи католицизму³.

Прикладом раннього інтересу до іміджу також є дорожні замітки, які сприяли формуванню національних образів інших держав. Це, зокрема, „Записки про Московію” австрійського мандрівника С. фон Герберштейна (1550 р.), „Італійська подорож” І. В. Гете (1813-17 рр.) та ін.

Необхідно зазначити, що германці також нерідко намагалися запозичувати досвід інших народів. Так, Пруссія після Великої французької революції використовувала французькі підходи до формування образу своєї держави за кордоном. Про це свідчить „Ризький меморандум 1807 р.”⁴, в якому йдеться про те, що „вплив і зв'язки за кордоном є нагальною необхідністю політики”. „Нічого не можна упускати при досягненні своїх цілей і слід боротися з Францією її ж зброєю. Необхідно поширювати пруські ідеї серед мандрівників, впливаючи на них за допомогою хороших письменників, поетів”, – сказано, зокрема, у Меморандумі⁵.

З 1816 р. в Пруссії розпочало своє існування Літературне бюро -

³ Юрій, М.Ф. Політологія [Текст] : підручник / М. Ф. Юрій. – К. : Дакор, КНТ, 2006. – С. 154.

⁴ Ризький меморандум 1807 р. був підготовлений бароном Карлом Августом фон Гарденберга (1804-07 рр. - міністр закордонних справ) за дорученням пруського короля Фрідріха Вільгельма III. У ньому містилися основні положення подальшого розвитку пруської держави на всіх напрямках.

⁵ Hardenberg K. A. Die Rigaer Denkschrift [Електронний ресурс].- Режим доступу: www.staatskanzler-hardenberg.de/quellentexte_riga.htm.

прототип Федерального Відомства інформації і друку (Bundespresseamt), сферою діяльності якого була підготовка статей позаштатними авторами як усередині країни, так і за її межами, і поширення в інтересах Пруссії основних положень Ризького меморандуму.

Значну роль в утворенні поняття "імідж" зіграли дослідження національних образів у порівняльному літературознавстві (компаративістиці)⁶. Аналізуючи переліки рис національного характеру XVI і XVII століть, французькі вчені дійшли висновку, що є певні відмінності між націями і тому логічно говорити про існування національних характерів⁷. Так, в одному з таких списків, складених в Англії, англійці описуються як сильні, сміливі і чесні, в той час як іспанцям приписується манірність, гордість та занудність. Що стосується німців, то місця поселень, повсякденне життя і основні характерні риси німецьких племен описувалися ще у творі римського історика Корнелія Публік Тацита „Німеччина”, що вперше вийшов у світ XV ст. І датований I ст. н.е.. Поява праці Тацита викликала сплеск патріотичних почуттів і стала приводом для зростання національної самосвідомості німців⁸.

Національні образи у світовій літературі внесли істотний вклад у дослідження формування національної ідентичності зокрема, а також сприяли вивченню особливостей формування міжнародного іміджу різних країн у цілому. Питання формування привабливого іміджу країни і його використання усередині і за кордоном завжди було і залишається актуальним і для Німеччини. „Німці вчинять добре, якщо будуть з повагою ставитися до „німецької глибини”, до її зовнішнього вигляду, до її доброго імені і не проміняють занадто дешево свою стару репутацію глибокодумного народу на пруське молодецтво й берлінську дотепність і пил. Розумний той народ, який виставляє себе і дозволяє виставляти себе - глибоко!”, - писав Ф. Ніцше

⁶ Напрям в літературознавстві, основою якого є порівняння і аналіз образів. Див. : Franz K. Stanzel, «Der literarische Aspekt unserer Vorstellung vom Charakter fremder Voelker». Verlag der Oesterr. Akad. d. Wiss. - Wien, 1974. - S. 110..

⁷ Там само. - S. 111.

⁸ Павлов, Н. В. История современной Германии 1945-2005 [Текст] / Н. В. Павлов. – М. : Астрель : АСТ, 2006. - С. 11.

у своєму творі „По той бік добра і зла” (1886 р.).

На сьогодні існує значна кількість робіт, присвячених поняттю „імідж”, його характеристикам, механізмам, засобам формування і т.п.. Однак у тлумаченні історії походження і в осмисленні як самої категорії „імідж”, так і в оперуванні цим поняттям існують деякі відмінності.

Так, російські вчені В.М. Шепель, Э.А. Галумов, А.Ю. Панасюк, Е.А. Петрова, А.В. Попов, А.Б. Зверинцев дотримуються думки, що сучасне трактування терміну відноситься до середини ХХ століття, а першим поняття „імідж” ввів в обіг американський економіст К. Боулдінг, який під іміджем розумів певний поведінковий стереотип, що впливає на вчинки окремої особистості, групи осіб чи нації⁹.

Деякі інші погляди на походження поняття „імідж” мають німецькі фахівці. Так, маркетолог Ф. Троммсдорфф говорить про існування трьох різних іміджевих теорій¹⁰. У першу чергу ним виділена економічно орієнтована іміджева теорія з розкриття іміджевих проблем. Поняття „імідж” в даному випадку походить з економічної теорії, де в якості його засновників, на думку Ф. Троммсдорффа, виступають американські економісти В. Гарднер і С. Леві, які і ввели це поняття в 1955 р.. Тільки рік потому американський економіст К. Боулдінг „обгрунтував необхідність застосування цього поняття для ділового успіху”¹¹.

У рамках іншої іміджевої теорії, побудованої на основі гештальт психології, йдеться про стереотипізовану систему орієнтації. На думку Ф. Троммсдорффа, теорія привнесла багато цікавих ідей щодо розуміння сутності іміджу, однак не знайшла своєї практичної реалізації через відсутність стандартизованих методів вимірювання¹².

Третя теорія орієнтується на психологію установки і зародилася на початку 70-х рр. минулого століття. Саме в той період дослідження

⁹ Шепель, В.М. Авторский взгляд на имиджологию. Введение в имиджологию [Текст] / В. М. Шепель // Известия Академии Имиджологии. – Т. II. – М. : РИЦ АИМ, 2005. – С.50.

¹⁰ Hannappel M. Das Image einer deutschen Eliteuni. - VDM Verlag Dr. Mueller, Saarbruecken, 2006. - S. 4.

¹¹ Барна, Н.В. Іміджологія [Текст] / Н. В. Барна. – К. : Університет „Україна”, 2007. – С.54.

¹² Hannappel, M. Das Image einer deutschen Eliteuni. - VDM Verlag Dr. Mueller, Saarbruecken, 2006. - S. 5

установок почали переходити з соціальної психології в маркетинг. Такі вчені, як П. Р. Хофштеттер і Х. Любберт були першими, хто зважився застосувати цей метод в маркетингу. Ця теорія стала найбільш поширеною. Вироблене на її основі розуміння іміджу стало використовуватися також в політиці, культурі, спорті, соціальній та політичній психології.¹³

Німецький психолог М. Ханнапель вказує на те, що на початковому етапі термін „імідж” використовувався в психоаналітичних теоріях З. Фрейда і К. Г. Юнга. Крім цього вона звертає увагу на те, що в науковій літературі також часто згадується ім'я американського журналіста У. Липмана, якого завдяки його роботі „Громадська думка” часто називають автором поняття „імідж” в науковому трактуванні. Однак при цьому мова йшла про категоризації переважно політичних стереотипізованих уявлень. У якості ж „торгового образу”, зазначає німецький психолог, поняття „імідж” вперше було використано американським вченим австрійського походження Е. Діхтер у зв'язку з продажем мила „Айворі”¹⁴.

Відмінності можна спостерігати і в підходах до визначення самого поняття. Так, дослідник В. М. Шепель пише, що імідж - це індивідуальний вигляд або ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою залучення до себе уваги¹⁵.

В. Я. Білобрагін трактує імідж як емоційно забарвлений стереотипний образ, ідеалізовану модель елементів суспільства, предметного світу, ідеальних структур, цілеспрямовано сформований суб'єктами суспільної практики в індивідуальній, груповій та суспільній свідомості для досягнення політичних, економічних, соціальних результатів, пізнання, особистої кар'єри і самовираження¹⁶.

Фахівець у галузі розробок комунікативних технологій А. Б. Зверинцев

¹³ Там само: - С. 5.

¹⁴ Там само: - С. 3.

¹⁵ Імідж як наукове поняття. Семантика поняття „імідж” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.psychology.vuzlib.org / book pag 21.html](http://www.psychology.vuzlib.org/book/pag21.html).

¹⁶ Белобрагин, В. Я.. Некоторые вопросы формирования имиджологии как науки. [Електронний ресурс] / В.Я. Белобрагин. – Режим доступу : www.koism.rags.ru/publ/misc/belobragin.doc

під іміджем розуміє „відносно стійке уявлення про якийсь об'єкт”¹⁷.

Німецькі експерти, зокрема, В. Троммсдорф, характеризують імідж як багатоаспектну і єдину основу установки цільової групи по відношенню до об'єкта, яка складається з більшої кількості, оціночних вражень, що утворюють у своїй сукупності цілісний образ.

Інший німецький вчений Б. Шпігель пояснює, що імідж це комплексне поняття і таким чином воно включає в себе установки, ціннісні позиції, уявлення і забобони, які пов'язані з предметами соціального середовища¹⁸.

Німецький учений Е. Фельс переконаний, що імідж – це сума всіх ознак суб'єкта (підприємства, країни), які ідентифікують його: „Імідж нічого не пропускає, а лише підсумовує все, що робить підприємство (країна)”. Тому повноцінне розуміння цього є невід'ємною умовою іміджевої роботи.¹⁹

У той же час німецький психолог Р. Берглер вказує на те, що імідж – це спрощене, чітке, оцінне образ-уявлення, квазідумка (судження) і має багато значень²⁰.

Аналіз визначень, які пропонували вчені, характеризуючи поняття „імідж”, дозволяє стверджувати, що відмінності у визначеннях не випадкові і залежать від сфери, в якій поняття застосовується, від трактування автором його функції і змісту. Виходить, що дати вичерпне визначення, яке задовольняє всі критерії, досить складно. Однак, проаналізувавши визначення вчених, а також профільні словники, можна знайти загальні характеристики, що імідж – це комплексне поняття, яке представляє собою образ-уявлення про об'єкт, завідомо спотворене (тобто штучно сформоване). Імідж існує відносно незалежно від ситуації сприйняття об'єкта: Формується цілеспрямовано або стихійно в індивідуальній (груповій) масовій свідомості

¹⁷ Барна, Н.В. Іміджологія [Текст] / Н. В. Барна. – К. : Університет „Україна”, 2007. – С. 46.

¹⁸ Hannappel, M. Das Image einer deutschen Eliteuni. - VDM Verlag Dr. Mueller, Saarbruecken, 2006. - S. 7.

¹⁹ Там само. - С. 7.

²⁰ Grossmann, A. Das Image der Bundeswehr. - Tectum Verlag, Marburg. - 2006. - S. 12.

під впливом певних факторів (наявності або відсутності інформації; власного досвіду або чуток і т. п.) у процесі прямого або непрямого сприйняття людьми соціального об'єкта²¹.

Крім цього, зважаючи на можливість різноманітного трактування категорії „імідж”, досі дискусійним залишається питання про те, за допомогою яких понять може бути описаний „імідж”. Найчастіше по відношенню до іміджу в науці вживається значення „образ”.

Багато дослідників, зокрема, Т.Е. Грінберг вважають, що не слід ставити знак рівності між цими двома категоріями („іміджем” і „образом”). На її думку „образ” є відображення предметів і явищ матеріального світу у свідомості людини, а „імідж” - це цілеспрямовано створюваний образ, який ґрунтується на дослідженнях потреб та ідеалів цільових аудиторій і його завданням є вдосконалення уявлень аудиторій в інтересах суб'єкта.

Схожа ідея зустрічається в роботі Ніцше „По той бік добра і зла”, в якій він пише, що людина, яка прагне приховати свої справжні почуття та наміри, хоче того і сприяє тому, щоб у серцях і головах його друзів маячив не образ, а його маска. Якщо вважати, що імідж і є маска, то він, безумовно, відрізняється від образу.

Однак російський вчений Д. Гавра схиляється до думки, що істина знаходиться скоріше посередині і імідж – це дійсно деякий образ об'єкта, результат активності психіки суб'єкта, пов'язаної з об'єктом, але при цьому не кожен образ в повній мірі трактується як його імідж.

В німецькій науковій літературі, на противагу науковій літературі світу²², досить часто зустрічається зіставлення категорій „імідж” та „бренд”²³.

Розмірковуючи про співвідношення іміджу і бренду, німецькі фахівці дійшли думки про існування трьох видів іміджів: „продукт-імідж”, „бренд-

²¹ Палеха, Ю.І. Іміджологія [Текст] : навч. посібник / Ю. І. Палеха ; за заг. ред. З. І. Тимошенко. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – С. 32.

²² Гавра, Д. П. Феномен іміджу : сутність і основні характеристики / Гавра Д.П. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.pr.tsu.ru/articles/10578/32098886.

²³ Hannappel, M. Das Image einer deutschen Eliteuni. - VDM Verlag Dr. Mueller, Saarbruecken, 2006. - S. 11.

імідж” і „корпоративний імідж”. Саме останній вид найтісніше пов'язаний з іміджем країни. При цьому „корпоративний імідж” та „бренд-імідж” є взаємозалежними між собою. На думку німецьких експертів, країна буде позитивно оцінена лише тоді, коли матиме привабливий бренд²⁴.

На сьогодні проблема формування привабливого іміджу держави, що набуває особливого значення для її розвитку, виступаючи в якості одного з інструментів розширення державного впливу на міжнародній арені, постає особливо гостро. Значною мірою цьому сприяють такі процеси як інформатизація та глобалізація, які стали певним поштовхом до появи нових методів просування національних інтересів.

Імідж кожної країни має дві взаємопов'язані та взаємозалежні між собою складові: зовнішній і внутрішній.

Зовнішній імідж - це образ конкретної країни очима іноземних громадян. При цьому в політичному контексті йдеться про образ країни, який сформувався в інших суб'єктів, що діють на світовій арені, з усіма притаманними їй характеристиками. Тобто це міжнародний імідж країни, який є одним з основних активів держави, що забезпечує її конкурентоспроможність у міжнародному співтоваристві.

Міжнародний імідж складається під впливом багатьох факторів, що взаємодіють один з одним і в результаті впливу яких у іноземних громадян формується певне образ-уявлення про країну.

На формування зовнішнього або міжнародного іміджу впливають такі чинники: зовнішня політика; стратегія розвитку країни, ресурсний потенціал; інвестиційний клімат; діяльність великих компаній; науково-технічний потенціал; інноваційний клімат; міграція робочої сили; міжнародні рейтинги; опубліковані статистичні показники; національна ідея; менталітет; національні особливості; культура; мистецтво; історія; пропаганда; туризм; імідж збройних сил; імідж економіки; імідж інформаційної політики держави.

²⁴ Там само. - С. 12.

Не менше значення мають: офіційна символіка; національні герої і персонажі; назва країни; історичні реалії і паралелі відносин між країнами; історія фінансового розвитку країни; імідж громадянина; роль країни на світовій арені; культурні взаємозв'язки між країнами; політичні відносини країн; знання про країну (інформованість і реальність уявлень про країну); доступність кордонів (можливість отримати власний досвід).

Останні фактори настільки важливі, що можуть змінювати імідж країни в кращу або в гіршу сторону навіть незважаючи на основоположні елементи структури її іміджу. Приміром, незважаючи на багату культурну спадщину Німеччини, величезний внесок у розвиток філософської думки, процвітаючу економіку, Великобританія, як і раніше, скептично ставиться до німецького народу і не втрачає можливості виставити його країну далеко не в кращому світлі. На такі особливі заходи – формування неперспективного іміджу ФРН – Сполучене Королівство змушує йти страх посягань на острівний суверенітет з боку Євросоюзу та побоювання збільшення німецького впливу (в порівнянні з британським) в єдиній Європі²⁵.

Отже, як бачимо, при формуванні іміджу чималу роль відіграють і національні інтереси країни, що є свого роду рушійною силою, завдяки якій, з урахуванням основних факторів і визначення цільових груп, і будується стратегія формування іміджу країни. Необхідно також враховувати і той факт, що міжнародний імідж країни знаходиться в прямій залежності від особливостей світового політичного процесу. Залежно від динаміки його розвитку, змінюються національні інтереси країн, а разом з ними і сам імідж країни.

Проаналізувавши основні ознаки іміджу країни, можна підкреслити деякі його особливості:

- штучність (використання символів і знаків). Стосовно до країни – це прапори, герби, фотографії ландшафтів, наукові досягнення і т.п.

²⁵ Volkery C. Deutschlands Dominanz, Britanniens Angst [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rn.spiegel.de/politik/ausland/a-798261>.

- переконуюча сила. Простота і навіть деяка гнучкість дозволять швидше запам'ятати сформований образ (тобто імідж країни не повинен бути помилковим і для більшого ефекту він повинен апелювати до почуттів аудиторії)²⁶.

„Імідж” також повинен бути цілісним, мати узгоджений характер, різні його елементи не повинні суперечити один одному.

В якості основної риси іміджу варто виділити стереотипність. Польський учений Л. Войтасик визначає стереотипи як поширені за допомогою мови або образу в певних соціальних групах стійкі уявлення про факти дійсності, що призводять до спрощених перебільшених оцінок і суджень з боку індивідів²⁷. У цьому сенсі стереотипи можна віднести до специфічної групи установок (поряд із забобонами), вони істотно впливають на сприйняття інформації тими людьми, які володіють ними. В даному випадку інтерес представляють дослідження західних вчених про роль, яку відіграють стереотипи сприйняття. На їхню думку, центральним механізмом виникнення стереотипів є готовність людей до соціальної категоризації, а також до поділу людей на представників своїх і чужих груп²⁸.

Наразі на Заході відомі три моделі стереотипів сприйняття:

- континуумна модель Фіске і Нойбергера (1990 р.);
- модель подвійних процесів Брюєра (1988 р.);
- модель паралельної обробки інформації Кунда і Тагарда (1996 р.).

В усіх трьох моделях автори підкреслюють автоматичність формування першого враження про людину, яке ґрунтується на точних, легко спостережуваних якостях таких як, наприклад, стать, колір шкіри або

²⁶ Балюк, С.В. Міжнародний імідж держави: методичні особливості та деякі результати соціологічного виміру [Текст] / С.В.Балюк // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». – Харків, 2007. – № 761. - С. 200-202.

²⁷ Войтасик, Л. Психология политической пропаганды [Текст] / Л. Войтасик. – М. : Прогресс, 1981. – С. 118-119.

²⁸ Klauer, K-C. Soziale Kategorisierung und Stereotypisierung // Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung: Theorien, Befunde und Interventionen. - Weinheim Basel: Beiz Verlag, -2008. - S.21.

вік²⁹.

Не менш важливими факторами, що впливають на формування іміджу країни і разом з тим забезпечують організацію комунікативних іміджевих зв'язків, є такі суб'єкти, як: сама держава в особі представників влади; ЗМІ (вітчизняні та зарубіжні); дипломатична служба; неурядові організації; державні та громадські культурні організації та центри за кордоном; спорт; окремі індивіди (громадяни країни).

Кожен із суб'єктів важливий по-своєму. Особлива роль у формуванні іміджу країни відводиться ЗМІ. Саме ЗМІ дають аудиторії унікальну можливість скласти думку про народи тих країн, з представниками яких аудиторія не має можливості безпосередньо взаємодіяти в реальному житті.

Незважаючи на те, що поняття „імідж”, хоча і в іншому його втіленні, існує не одне століття і мало відповідає сучасній категорії призначення, саме в умовах інтенсивного розвитку інформаційних технологій імідж набув особливого значення. Він є одним з головних елементів успішної зовнішньополітичної діяльності кожної країни, яка прагне грати важливу роль на міжнародній арені. При цьому слід розуміти, що в основі міжнародного іміджу будь-якої країни лежать національні інтереси, які значною мірою впливають на вибір напрямів формування її іміджу в світі, а також іміджу іншої країни у себе.

Міжнародний імідж є непостійною категорією і змінюється залежно від динаміки розвитку світового політичного процесу. На міжнародний імідж впливає сукупність різного роду факторів, серед яких особливе значення мають економічний і політичний. Також існує цілий ряд інших факторів, здатних значно вплинути на імідж країни в цілому, серед них – характер політичних взаємин країн, імідж громадянина, глибоке знання про країну т.п..

²⁹ Благова, Ю. А. Имидж как феномен социальной перцепции [Текст] / Ю.А. Благова. - М. : ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2012. - С. 133-38. (Вести. Моск. Гос. Лингвист. Ун-та; вып. 7 (640). Серия: Психологические науки).

1.2. Еволюція міжнародного іміджу Німеччини в період до утворення ФРН

Для того, щоб зрозуміти психологію і менталітет народу, особливості країни і те, чому саме такий образ країни і народу склався, важливо не тільки аналізувати сучасний образ країни, а й звертатися до витоків, до початку зародження державності і враховувати історію її розвитку і становлення. Тільки так можна визначити сучасні особливості формування іміджу країни у світі, зрозуміти, чому саме цим факторам приділяється особлива увага. Як сказав німецький психолог Г. І. Мааз: „Німецьке минуле є для мене ключем до розуміння нашого сьогодення”³⁰.

Погоджуючись з думкою вченого, необхідно також додати, що аналіз минулого країни сприяє виявленню характеристик, необхідних для формування позитивного образу країни в майбутньому.

Незважаючи на те, що Німеччина є відносно молодою державою, варто зазначити, що процес формування її образу не обмежується конкретними історичними рамками, моментом її утворення. Сучасний образ Німеччини та її народу, як і образ будь-якої якої іншої країни, теж складався століттями і продовжує видозмінюватися залежно від наявних і тих факторів, які на нього впливають:

- природно-ресурсного потенціалу;
- геополітичних параметрів (географічне положення, площа займаної території, протяжність кордонів держави, вихід до морів і т.д.);
- історичних подій, що вплинули на розвиток німецької державності і на німецьку культуру;
- базової форми державного устрою та структури управління;
- стійкості економіки; правового простору ФРН;
- політики в галузі наукових досліджень та освіти; соціально-психологічних настроїв в німецькому суспільстві та ін.

³⁰ Maaz, H.-J. Der Gefuehlsstau. Psychogramm einer Gesellschaft. - Verlag Beck oliG, Muenchen, 2010. - S. 195.

Розглядаючи імідж Німеччини, який складався протягом тривалого часу, можна простежити, що на шляху Німеччини до вільної, демократичної держави і парламентської республіки було безліч історичних віх. Серед них – роздробленість в початковий період нової історії, крах революції 1848 р. і Веймарської республіки, а також „стрибок з історії” в часи націонал-соціалізму. При цьому на різних етапах історичного розвитку імідж країни був різним, більшою мірою невизначеним і негативним.

Суперечливий характер образу Німеччини в минулому багато в чому обумовлений пізнім становленням як німецької нації, так і німецької держави. Так, у той час коли Англія, Франція, Данія, Португалія приділяли увагу формуванню конституційного ладу і правопорядку, адміністративного апарату; техніці управління і прямому здійсненню королівської влади, Німеччина робила тільки свої перші кроки в цьому напрямку.

Безумовно, німецька держава, як і її нація, утворилися не на порожньому місці. Вона була спадкоємницею таких державних утворень, як імперія Карла Великого, Священна Римська імперія, Священна Римська імперія німецької нації, Рейнський союз, пізніше Німецький союз, а далі Північнонімецький союз. Однак ці державні утворення не мали єдності ні в етнічному, ні в політичному відношенні, як, скажімо, Англія чи Франція. Роздробленість, яка послідувала за розвалом Священної Римської імперії німецької нації і відцентрові сили заважали Німеччині стати мононаціональною державою аж до XIX століття, коли в Європі процес формування національних держав уже закінчився. Та, незважаючи на всю складність розвитку Німеччини, саме цей період, в який відбулося чимало знаменних історичних подій, досягнень в галузі культури, техніці, науці, мав найбільший вплив на становлення німецької нації, на формування особливостей її характеру.

На деякі з цих особливостей вказував О. Шпенглер³¹:

³¹ Інститут демоскопії (ІДА) був створений в 1947 р. Елізабет Ноель-Нойман і її чоловіком, журналістом Е. П. Нойманом, в місті Алленсбах, що розташований на німецько- швейцарському кордоні для проведення маркетингових, медіа- і соціальних досліджень і вивчення суспільної думки. ІДА - один з найбільших і

- етатизм (культ держави і порядку);
- почуття національної переваги і культ німецької нації („національний дух”);
- одна з найвищих цінностей – місце, завойоване в корпоративній ієрархії („корпоративний дух”);
- зрада боргу – державна і національна зрада;
- прагнення не до спокою, а до праці, процес праці як одна з найважливіших цінностей („протестантських дух”);
- індивідуалізм;
- догматизм (фундаменталізм);
- рішучість у діях („гегелівський дух”);
- слухняність, наказ понад усе, дисципліна і жорстокість в ім'я перемоги („солдатський дух”).

Розмірковуючи про сукупності різних історичних подій, необхідно виділити ті, які мали найбільший вплив на становлення образу сучасної Німеччини. При цьому необхідно зазначити, що саме нашарування подій значною мірою вплинуло на формування психологічних особливостей німецького народу, що виявляються в постійному прагненні до незалежності та національної єдності.

Однією з таких значущих подій в історії німецького народу є епоха Реформації. Пов'язана вона з ім'ям Мартіна Лютера, християнського богослова, ідеолога Реформації, автора перекладу Біблії на німецьку мову. Саме цей період мав чи не найбільший вплив на німецький народ, на його ідеї, характер, основою якого і донині, хоча вже в меншій мірі, вважаються: дисципліна та слухняність. Саме тоді, незважаючи на те, що праці Мартіна Лютера стали детонатором великих революційних рухів в німецькій історії, де злилися політичні та соціальні устремління, в результаті чого Німеччина більш ніж будь-коли була розділена духовно, було закладено початок

подальшого об'єднання країни в єдину державу, об'єднану єдиною національною мовою.

Поява спільної мови мала величезний вплив на розвиток німецької культури та філософської думки. Твори Ф. Шиллера, Й. Гете, Г. Гегеля стали відомими усій світовій культурній спільноті і донині асоціюються з Німеччиною та німецьким народом.

Іншою, не менш важливою подією була Семилітня війна (1756–1763 рр.), яка поклала початок встановлення гегемонії Пруссії в Німеччині, а надалі і визначила об'єднання країни під егідою Пруссії³².

Події, що йшли за тим, також істотно вплинули на переосмислення німцями свого місця посеред інших народів. Кінець Священної Римської імперії німецької нації, яка звалилася під ударами Наполеона, і подальша поразка пруської армії під загальним командуванням герцога Брауншвейзького стали першою подією зі смуги „корисних поразок”, що сприяли раціоналізації німецької суспільної свідомості і спровокували подальше зростання національної самосвідомості німецького і пруського народу.

Такі поняття, як „вітчизна” і „нація” стали гаслами. Звучали патріотичні заклики: „Німецький народ – споконвічний, незіпсований, який бореться проти військового і культурного підпорядкування Франції за свою свободу та ідентичність і тим самим служить історичному прогресу”³³. Та саме в цей період було найважче сказати, що ж таке Німеччина і який у неї образ.

Така невизначеність стала причиною виникнення характерної особливості німецького народу, що полягає в постійному пошуку національної ідентичності або, інакше кажучи, „об'єктивної сутності” народу. Саме це пояснює, чому німців вічно займає питання: „Що таке

³² Павлов, Н. В. История современной Германии 1945-2005 [Текст] / Н. В. Павлов. – М. : Астрель : АСТ, 2006. - С. 22.

³³ Шульце, Х. Краткая история Германии [Текст] / Х. Шульце. – М.: “Весь Мир”, 2004. – С. 79.

німецьке?”. „Сам німець не є, він стає, він розвивається, іншими словами, формується”, – дає на це відповідь Гете³⁴.

Поступово починає зароджуватися особливий, „німецький” погляд на практику формування націй і держав і разом з тим їх образу, суть якого полягає у визнанні нації як органічної спільності, з'єднаної спільною для людей культурою, де особливого значення набувають такі елементи, як мова, традиції і звичаї, міфи, легенди, що акцентують увагу на спільності походження людей, факторах кровної спорідненості і духовної солідарності населення³⁵, які допомагали і допомагають не тільки об'єднувати народ і роз'яснювати історію нації, а й структурувати її подальший хід, інакше кажучи, змінювати його в необхідному для формування позитивного іміджу країни напрямку.

Все це сприяло прояву особливого ставлення німецького народу до свого минулого і свідчить про те, що культура вже на початковому етапі свого становлення відіграла важливу роль у створенні німецької держави, поступово стаючи значимим елементом процесу формування образу країни за кордоном. Так, міфи про грандіозне минуле і про блискуче майбутнє німецької нації, об'єднуючи народ в єдине ціле, сприяли формуванню національної самосвідомості. Важливо зауважити, що використання міфів з метою формування позитивного образу використовується німцями і донині.

Можна з впевненістю стверджувати, що період передісторії німецького народу є невід'ємною частиною всієї його історії.

Особливе значення для формування образу Німеччини в світі зіграв період її існування як державного утворення. У ньому виділяють декілька етапів: Німецька імперія; Веймарська республіка; Третій рейх; розділ Німеччини (ФРН і НДР); об'єднання Німеччини.

Саме після об'єднання країни „залізом і кров'ю”³⁶ в 1871 р. розпочинається інституціоналізація процесу формування образу Німеччини в

34 Ніцше, Ф. Твори в 2-х томах, том 2. К.:Думка,1990. - С. 45.

35 Бауэр, О. Национальный вопрос и социал-демократия [Текст] / О. Бауэр. – М.: Спб, 1909. - С. 139.

36 Власов, Н. Великий Бисмарк [Текст] / Н. Власов. - М.: «Яуза», «Эксмо», 2011. - С. 186.

світі. У її рамках вибудовується стратегія просування національних ідей та цінностей за кордоном, відбувається структуризація основи одного з найважливіших напрямків зовнішньої політики країни і разом з тим важливого елемента процесу формування образу Німеччини за кордоном за допомогою зовнішньої культурної політики.

Першою угодою про культурне співробітництво став договір 1874 р. між Німеччиною і Грецією, що дозволив німецьким археологам в наукових цілях вести розкопки на грецькій території. Одночасно було прийнято рішення про виділення Німецькому археологічному інституту (МАІ, до 1971 р. – Пруський археологічний інститут) дотацій з бюджету Німецької імперії. Це стало поштовхом до створення цілого ряду організацій культурної спрямованості, орієнтованих на зарубіжні країни, таких як Дослідницький фонд Африки (1894 р.), Художньо-історичний інститут у Флоренції (Villa Romana, 1902 р.), Німецький інститут вивчення давньої єгиптології в Каїрі (1907 р.) і т. д..

Поступово вводиться систематичне фінансування німецьких зарубіжних шкіл. А в 1908 р. розширюються і повноваження МЗС ФРН, однією з функцій якого стає підтримка німецької культури за кордоном, в першу чергу в регіонах компактного проживання німців³⁷.

При цьому паралельно з формуванням культурного спрямування відбувалося посилення внутрішньополітичної ролі армії, що представляла на той момент єдиного гаранта держави та монархії. Армія розглядалася як інструмент захисту як від посягань з боку зовнішніх ворогів, так і внутрішніх – соціал-демократів, католиків і лібералів. Ідеалізація зброї і військової форми згодом призвели до переважання в країні експансіоністських настроїв, спрямованих на розширення сфер впливу і завоювання колоній, результатом чого стала Перша світова війна, яка підірвала довіру світової спільноти до Німеччини.

³⁷ Огнева, А. Германия: от культурного империализма к стратегии равноправного партнерства [Текст] / А. Огнева // Международная жизнь. – М. - Апрель 2012. - № 4. - С. 124.

З утворенням Веймарської республіки, незважаючи на економічні труднощі, образ німецької держави змінився в кращу сторону в першу чергу завдяки успіхам у зовнішній політиці по відношенню до Заходу, завдяки чому Німеччина в 1926 р. вступила до Ліги Націй. Однак для повернення на міжнародну арену Німеччині довелося докласти чимало зусиль до формування свого нового образу за кордоном.

Необхідність поліпшення постраждалого внаслідок Першої світової війни іміджу Німеччини та зміцнення її політичного авторитету в світі поставила перед країною нові завдання. В значній мірі посилилася роль культури у житті держави та на зовнішньополітичному напрямку. Недарма середній період історії Веймарської республіки образно називають „золотими двадцятими роками”. Крім того, особлива увага приділялася фінансуванню наукових досліджень і академічного обміну, підтримці німецької мови за кордоном, що також сприяло подоланню духовної ізоляції після Першої світової війни³⁸.

Нові тенденції заклали основу для появи інститутів приватного права, які стали залучатися урядом в культурно-освітню роботу за кордоном і отримали надалі в німецькій політологічній літературі назву „посередницьких”. Це заклало основу формування особливої стратегії просування іміджу країни за кордоном, децентралізовану, на перший погляд відсторонену від держави. Так, донині більшість посередницьких організацій ФРН виступають в якості самостійних акторів, хоча насправді діють під контролем МЗС ФРН і по суті є його складовою частиною.

Після приходу до влади націонал-соціалістів і заходу Веймарської республіки в житті Німеччини знову почали відігравати активну роль військові. У країні запанували нові порядки, які згодом поширилися на всю Європу. Реалізація культурних проектів за кордоном була поставлена на службу націонал-соціалістичної пропаганди. Це знайшло відображення в збільшенні гастрольно-виставкових та академічних обмінів. Спочатку Третій

³⁸ Там само. – С. 125.

рейх намагався позиціонувати себе на міжнародній арені з позитивного боку і світове співтовариство повірило в його майбутнє (для прикладу можна навести Олімпійські ігри 1936 р. в Берліні). Однак згодом цей образ став асоціюватися з нестримною пропагандою расистської і антисемітської ідеології; підпорядкуванням політичних і громадських організацій панівній ідеології; з ідеологізацією суспільного життя; терором щодо євреїв та інакомислячих; масовими вбивствами, поставлених на конвеєр; неприборканою спрагою експансіонізму, а також з розв'язуванням Другої світової війни.

В цілому ж, незважаючи на те, що німецька національна держава в якості самостійного суб'єкта зі своїм правом і гідністю з'явилася пізно, і знаходилася далеко від німецького громадянина, ті процеси, які відбувалися до її утворення, сприяючи при цьому утворенню культурного вектора процесу просування іміджу країни, значною мірою вплинули на формування сучасного міжнародного образу як німецького народу, так і держави в цілому. Однак саме події ХХ століття, заклавши основу позитивних і негативних домінант образу країни, оперуючи якими їй вдається поступово просувати свої цінності за кордоном, зробили найбільший вплив як на структуру механізмів просування німецьких цінностей, так і на образ Німеччини в світі,

1. 3. Образ ФРН і НДР в світовому політичному процесі

Закінчення Другої світової війни докорінно змінило політичну картину світу. Однією з найвагоміших змін стало визначення місця і ролі переможеної Німеччини в новій системі міжнародних відносин.

Слід зазначити, що рішення Потсдамської конференції (17 липня – 2 серпня 1945 р.) щодо післявоєнного устрою світу, насамперед у плані вироблення мирного договору з Німеччиною, в результаті наростання системних суперечностей між державами-переможницями виявилися

невиконаними. Різні уявлення про соціально-економічний та політичний устрої Німеччини, і насамперед про шляхи забезпечення європейської безпеки, призвели до розколу країни і Європи і, відповідно, до формування біполярного світу. Початок „холодної війни” між так званими „Сходом” і „Заходом”, в якій головними противниками стали Радянський Союз і США, став початком і багаторічного періоду дводержавності в німецькій історії.

У зв'язку з цим розгляд особливостей процесу формування зовнішньополітичного іміджу ФРН і НДР є досить важливим, адже в кожній з частин розділеної Німеччини в силу об'єктивних причин цей процес не міг протікати однаково. Формування міжнародного іміджу Федеративної Республіки Німеччини було зумовлене її курсом на західну інтеграцію, в той час як Німецької Демократичної Республіки детермінувалось процесами побудови соціалізму в країні.

Говорячи про формування міжнародного образу ФРН на початковому етапі існування держави, необхідно наголосити на двоїстості даного процесу. При формуванні свого образу, спрямованого назовні, керівництво ФРН спиралося на накопичений роками досвід проведення зовнішньої культурної політики, використовуючи і розширюючи наявний арсенал механізмів і засобів. Вже в перші роки існування ФРН відбувається відтворення старих організацій, що діяли ще до приходу до влади Гітлера, і паралельно – формування нових, залучених в реалізацію зовнішньополітичних цілей ФРН в галузі культури та освіти і в процес просування образу Німеччини за кордоном. До такого роду організацій відносяться Фонд ім. А. фон Гумбольдта (утворений в 1860 р. і відтворений в 1925 р., відновив діяльність в 1953 р.), Інститут зарубіжних зв'язків (ІЗЗ, вперше створений в 1917 р., відновив діяльність в 1950 р.), Німецька служба академічних обмінів (ДААД, створена в 1925 р., відновила діяльність в 1950 р.), Інститут ім. Гете (створений в 1932 р., відновив роботу в 1951 р.), організація „Інтер Иационес” (створена в 1952 р.), інформаційна радіостанція „Німецька хвиля” (створена в

1953 р.)), Федеральний центр політичної освіти (1952 р.)³⁹.

При цьому, процес формування зазначених та інших „посередницьких” організацій у сфері культури здійснювався паралельно зі створенням федеральних і земельних адміністративних інституцій та проведенням внутрішніх реформ в країні. Завдяки передачі проектів на неурядовий рівень держава прагнула отримати додаткові аргументи для формування позитивного образу країни у свідомості європейських сусідів, демонструючи відхід від мілітаристського минулого⁴⁰.

Повертаючись до характеристики двоїстості процесу формування образу ФРН у світі, слід зауважити, що немає вагомих підстав говорити про проведення самостійної політики ФРН в цій області в перші роки свого існування. Відновлення політичного, громадського, культурного життя йшло під контролем окупаційних сил. Задля усунення можливості управління органами ЗМІ колишніми членами НСДАП усі партії, газети і радіостанції повинні були проходити ліцензування в окупаційній владі. Це є свідченням того, що ідеологічна основа цього процесу була закладена західними окупаційними силами на початковому етапі післявоєнного періоду разом з основними принципами подальшого розвитку держави.

Так, виступаючи за відмежування західної частини від східної, за капіталістичну форму економічного розвитку, за демократизацію і за інтеграцію Німеччини в рамках військово-політичного та економічного союзу капіталістичних держав, спрямованого проти соціалістичного світу, західні держави зумовили детермінанти формування образу ФРН у світовому політичному процесі. Серед них можна виділити, економічний, соціальний, психологічний, геополітичний, військовий та інші фактори.

Окупаційна влада доклала чимало зусиль для того, щоб у Німеччині була подолана криза, стабілізувалося економічне, політичне і соціальне становище. Тим самим Західна Німеччина мала сприяти союзникам у

³⁹ Огнева, А. Германия: от культурного империализма к стратегии равноправного партнерства [Текст] / А. Огнева // Международная жизнь. – М. - 2012. - № 4. - С.126-127.

⁴⁰ Кремер, И. С. ФРГ : внутривполитическая борьба и внешняя ориентация [Текст] / И. С. Кремер. - М., 1977. - С. 130.

досягненні їх геополітичних цілей. Слабка Німеччина була невігідна союзникам і не змогла б допомогти в боротьбі з поширенням радянського впливу. Більше того, американський уряд побоювався, що господарська розруха повоєнної Європи, бідність і знедоленість штовхнуть її населення в обійми комунізму. Як зазначив американський президент Г. Трумен, „голодні народи - погані демократи”⁴¹. Сильна ж і процвітаюча країна мала стати привабливим зразком для населення НДР та сприяти в перспективі об'єднанню двох держав.

Починаючи з 1946 р., західними державами стали опрацьовуватися плани кардинальної грошової реформи для створення стабільного розрахункового базису, що, в свою чергу, значною мірою сприяло прискоренню формування позитивного образу ФРН у світі.

У результаті вжитих заходів швидко намітилися позитивні зрушення в розвитку економіки ФРН, чорні ринки стали втрачати своє лідируюче становище, можна було спостерігати значне розширення асортименту, насамперед дефіцитних товарів (це в свою чергу сприяло розвитку конкуренції і разом з тим підвищенню значимості іміджевих аспектів в країні). Збільшилася продуктивність праці робітників, спостерігалось зростання промислового виробництва. Вже на початку 1950-х рр. Німеччина стала займати одну з лідируючих позицій у світі за темпами економічного зростання, а за експортом автомобілів, суден, металорізальних верстатів, виробів точної механіки й оптики ФРН вийшла на перше місце. Автомобіль „Фольксваген-жук” став символом успіху німецької автопромисловості⁴².

Економічне процвітання мало позитивний вплив на всі сфери життєдіяльності держави, безпосередньо сприяючи формуванню позитивного образу країни за кордоном і тим самим – реалізації зовнішньополітичних установок ФРН. У цей період у ФРН К. Шумахером

⁴¹ Павлов, Н. В. Внешняя политика ФРГ в постбиполярном мире [Текст] / Н. В. Павлов. - М. : Наука, 2005. - С. 16.

⁴² Невский, С. И. Денежная реформа 1948 г. в Западной Германии: экономические результаты и социально-политические последствия [Текст] / С. И. Невский // Экономический вестник Ростовского государственного университета. - 2010. - Том. 8. - № 2. - С. 9.

(перший голова СДПН у післявоєнний період) була розроблена „теорія магніту”. Суть її полягала в тому, що підвищення добробуту країни, введення демократичних цінностей, ідеї прав і свобод громадян і сам західний спосіб життя повинні були притягувати НДР і її громадян як магніт: „Чим привабливіший вільно-соціальний розвиток на заході, тим сильнішим буде тиск громадян на сході на радянську окупаційну владу, що неминуче призведе до об'єднання”⁴³.

Разом з тим необхідно зазначити, що вагомий внесок західних держав в економіку ФРН і переконаність німецького керівництва в військовій перевазі цих країн зумовив її зовнішньополітичну орієнтацію на Захід. Вона проявлялася, зокрема, в кількості укладених ФРН угод про культурне співробітництво. З 1949 по 1969 р. з 28 угод про культурне співробітництво лише одна була укладена з державою - членом соціалістичного блоку, Югославією. Така орієнтація відповідала, в першу чергу, економічним і геополітичним інтересам країни, що включали виведення країни з ізоляції, зміцнення позиції і статусу ФРН на міжнародній арені, привернення уваги до країни і наближення моменту об'єднання Німеччини.

Для реабілітації себе в очах світової громадськості західні німці особливе значення надавали підтримці дружніх відносин з Ізраїлем, оскільки ізраїльська преса значно шкодила міжнародному престижу Німеччини. Однак, при цьому ФРН вибрала стратегію, яка дозволила їй не афішувати свої стосунки з Ізраїлем, щоб не зіпсувати відносини з арабським світом.

Окрім економічного, зовнішньополітичного та геополітичного аспектів не менш важливий вплив на формування позитивного образу ФРН у світі мала зміна і внутрішньої політики країни, в основу якої лягла демократизація суспільно-політичного життя в післявоєнній Німеччині.

Процесу демократизації країни сприяло багато чинників, одним з яких стало добровільне повернення етнічних німців, що бачили інше життя, на

⁴³ Kampf dem Klassenfeind [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.spiegel.de/spiegel/spiegelspecial/d-45964834.html.

батьківщину. Яскравим підтвердженням цьому є приклад четвертого федерального канцлера ФРН Віллі Брандта (1969-1974 рр.), який активно виступав за демократизацію країни. У 1948 р. він відмовився від норвезького підданства, звільнився з норвезької армії і подав клопотання про повернення німецького громадянства, якого нацисти позбавили його ще в 1938 році. А вже в 1949 р. Брандт став депутатом від Берліна в перший бундестаг щойно створеної Федеративної Республіки Німеччини⁴⁴.

Важливу роль у трансформації суспільної свідомості і в досягненні основних цілей зіграли різного роду громадські організації, наприклад, Спільнота демократичних організацій (ADK), основною метою якої було зміцнення демократії в суспільній свідомості⁴⁵.

Не менш важливий внесок у справу демократизації німецького суспільства внесли праці представників мистецтва: письменників, режисерів, художників. В якості наочних прикладів можна навести провокативний спектакль Рольфа Хоххут „Намісник” (1963 р.) і два найвідоміших у західнонімецькій літературі романи „Бляшаний барабан” (1959 р.) Понтера Грасса і „Урок німецької” (1968 р.) Зігфріда Ленца.

До внутрішньополітичних аспектів, що вплинув на процес формування образу ФРН за кордоном, можна зарахувати і поступове посилення ролі культури у зовнішній політиці ФРН. Якщо на початковому етапі процес формування образу ФРН за кордоном мав узагальнений, абстрактний і певною мірою аполітичний характер, то вже в 1970-х рр. відбувається значне посилення ролі зовнішньої культурної політики. Дана обставина свідчить і про пряму зацікавленість керівництва ФРН в залученні уваги інших націй до країни і в розширенні сфер впливу в світі. У цей період починається переосмислення стратегій просування німецьких цінностей за кордоном. Це відбулося, зокрема, в тому, що в березні 1970 р. за ініціативою опозиційного

⁴⁴ Брандт, В. Воспоминания [Текст] / В. Брандт. - М.: «Новости», 1991. - С. 152.

⁴⁵ Шульце, Х. Краткая история Германии [Текст] / Х. Шульце. - М. : «Весь Мир», 2004. - С. 45.

блоку ХДС / ХСС у бундестазі та за підтримки держміністра в МЗС ФРН Р. Дарендорфа була скликана Спеціальна експертна комісія (СЕК) з питань зовнішньої культурної політики. Через п'ять років СЕК підготувала заключну доповідь, в якій знайшли відображення „18 основних напрямків зовнішньої культурної політики”, що сформували базу для її подальшого розвитку, остаточно закріпивши за нею місце в якості однієї з основ зовнішньої політики, поряд з політикою та економікою⁴⁶.

З урахуванням викладеного, можна виділити наступні характерні риси процесу формування образу ФРН до об'єднання країни: демонстративне дистанціювання від негативного тоталітарного минулого країни і його засудження; орієнтація на подолання міжнародної ізоляції і на свого роду реабілітацію; відстоювання таких цінностей, як гуманізм, демократія, свобода; прагнення підвищити рівень довіри до політики Німеччини всередині країни і за кордоном; позиціонування країни як держави, що негативно ставиться до наявності двох німецьких держав і відстоює у своїй політиці інтереси всіх німців, у тому числі тих, які проживають на території НДР⁴⁷; перехід від „культурного імперіалізму” до концепції презентації німецької культури за кордоном як культури демократичної, вільної від нальоту націонал-соціалістичної пропаганди⁴⁸.

Процеси трансформації образу Німецької Демократичної Республіки, які згодом вплинули на образ об'єднаної країни, проходили по-іншому. Якщо ФРН позиціонувала себе у світі в якості демократичної і вільно-правової держави з розвиненою західноєвропейською культурою, то НДР офіційно просувала зовні і всередині образ вільної, соціалістичної і антифашистської держави. При цьому багато країн бачили в особі Східної Німеччини основні

⁴⁶ Огнева, А. Германия : от культурного империализма к стратегии равноправного партнерства [Текст] / А. Огнева // Международная жизнь. - 2012. - № 4. - С 131.

⁴⁷ Основной закон Федеративной Республики Германии // Конституции зарубежных государств.-М. : БЕК, 1997. - С. 153-230.

⁴⁸ Огнева, А. Германия : от культурного империализма к стратегии равноправного партнерства[Текст] / А. Огнева // Международная жизнь. - 2012. -№ 4. - С. 132.

риси образу Радянського Союзу, вважаючи її дітищем Москви. Наприклад, як описує НДР Федеральний уряд Німеччини сьогодні: „З самого початку тут панувала комуністична диктатура, яка спиралася на панування Соціалістичної єдиної партії Німеччини (СЄПН) і присутність радянських військ. Командна економіка, таємна поліція (штазі), всемогутність СЄПН і суворі цензура призвели до зростаючого відчуження населення від панівного апарату. Разом з тим дуже низька вартість матеріальних і соціальних благ (за рахунок твердих державних цін і субсидій), одержуваних окремими людьми, надавала замкнутій системі ту гнучкість, яка дозволяла вносити різноманітність у життєвий уклад в умовах так званого „існування в нішах“. Компенсацією за це були великі міжнародні успіхи НДР в галузі спорту, а також задоволеність „трудящих“ тим, що, незважаючи на виплату СРСР високих репарацій, тут була досягнута найвища продуктивність праці і найвищий рівень життя в рамках „східного блоку“⁴⁹.

На відміну від Західної Німеччини стартові умови відновлення економіки Східної Німеччини були в значній мірі несприятливими. Вона не потрапила під план Маршалла і не отримала ніякого додаткового фінансування. Відновлювальні роботи і будівництво економіки йшли значно повільніше, ніж в Західній Німеччині. Запаси корисних копалин були досить обмеженими. Частка важкої промисловості в порівнянні з ФРН була незначною. Велика кількість промислових підприємств були зруйновані в ході запеклих боїв і під час застосування вермахтом практики „випаленої землі“, залишеної перед наступом радянських військ. Більше того, НДР була надто ослабленою через демонтаж обладнання, що проводився радянською стороною в процесі отримання репарацій. До того ж, перш ніж перейти до відновлення економіки, необхідно було на всіх рівнях очистити колишні управлінські структури від нацистів та їхніх прибічників. На відміну від ФРН в НДР до процедури денацифікації підійшли більш відповідально, і випадки,

⁴⁹ Павлов, Н. А. Внешняя политика ФРГ в постбиполярном мире [Текст] / Н. А. Павлов. - М. : Наука, 2005. - С.257.

коли колишні прихильники нацизму опинялися на керівних постах, тут були виключені. Є свідчення того, що західнонімецький уряд фактично потурав нацистам і широко використовував їх при комплектуванні органів влади, керуючись сформульованим канцлером К. Аденауером принципом: „Брудну воду не вихлюпують, коли немає чистої”⁵⁰.

Тим часом якість життя населення НДР була явно нижчою, ніж в Західній Німеччині. Вплив комуністичної ідеології з часом зменшувався, з'являлося все більше незадоволених режимом. Вперше це виразилося в масових заворушеннях 17 червня 1953 року.

Після цих подій для того, щоб підняти міжнародний престиж НДР, всі соціалістичні країни прийняли рішення підписати з східнонімецьким урядом угоду про перетворення дипломатичних місій в посольства і про обмін послами⁵¹.

Незважаючи на те, що 20 вересня 1955 р. в Москві був підписаний договір між СРСР і НДР, одним з завдань якого було відновлення єдності Німеччини на мирній і демократичній основі, демократичною в повній мірі Східна Німеччина не стала. На підтвердження можна навести, зокрема, директиву голови СЕГТГ Вальтера Ульбріхта, якою повинні були керуватися німецькі комуністи на місцях в ході формування нових керівних адміністративних підрозділів: „Це має виглядати демократично, але ми повинні все тримати в своїх руках”⁵².

Громадяни прагнули більше свободи, тому вони виступали за розширення прав на самовизначення і на участь у прийнятті рішень, за свободу особистості, а також за поліпшення якості товарів. Однак моральний і ідеологічний тиск з боку влади призвів до погіршення ситуації в країні, що

⁵⁰ Звягинцев, А.Г. Что было после казни. Пюренбергский трибунал : как и почему оказались забыты уроки Суда народов? [Текст] / А.Г.Звягинцев // Российская газета. – М.,2009. - 1 сентября. - №18. – С. 8-9.

⁵¹ Павлов, Н. А. Внешняя политика ФРГ в постбиполярном мире [Текст] / Н. А. Павлов. - М. : Наука, 2005. - С. 254.

⁵² Leonhard IV. Es muss demokratisch aussehen... // Zeit (online) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zeit.de/1965/19/es-muss-demokratisch-aussehen/seite-1.

загострилася через зведення 13 серпня 1961 р. стіни, яка розділила Берлін на дві частини і викликала масову втечу громадян НДР до Федеративної Республіки Німеччина.

Одночасно з включенням ФРН в західні військово-політичні структури йшов процес військово-політичної інтеграції НДР в соціалістичний табір. У 1955 р. Німецька Демократична Республіка стає членом Організації Варшавського Договору (ОВД). Цей період характеризується зміцненням міжнародного статусу НДР у формі опори на ОВС і Раду економічної взаємодопомоги (РЕВ)⁵³. У наступний рік (1956 р.) створюється Національна народна армія НДР. У цей же період НДР укладає двосторонні угоди про дружбу, співробітництво і взаємодопомогу з більшістю соціалістичних країн, і налагоджує дипломатичні зв'язки з країнами, що розвиваються. Ряд держав встановили дипломатичні відносини з НДР (Єгипет, Індія, Судан, Сирія, Ємен, Танзанія, Куба, Південний В'єтнам, Ірак та ін.). Одночасно посилюється і культурне протиборство ФРН і НДР, яке загострилося з прийняттям доктрини Хальштейна, що передбачала розрив дипломатичних відносин ФРН з тими країнами, які встановлювали їх з НДР⁵⁴.

Значний внесок у формування позитивного міжнародного іміджу ФРН, переважно в країнах соціалістичного табору, внесли твори таких авторів як: Б. Брехт, А. Зегерс, Т. Манн, Г. Манн, Л. Фейхтвангер, А. Цвейг. Їхні праці, безумовно, сприяли формуванню образу оновленої антифашистської Німеччини.

В якості іншого прикладу формування позитивного образу НДР в світі можна привести діяльність кіностудії ДЕФА, де знімалися як художні, так і фільми пропагандистської спрямованості. У 1974 р один з фільмів цієї кіностудії „Якоб-брехун” був навіть номінований на премію „Оскар”.

Великий внесок у міжнародне визнання НДР внесла лінія на спортивні досягнення найвищого світового рівня. Масова програма спортивної

⁵³ Павлов, Н. В. История современной Германии 1945-2005 [Текст] / Н. В. Павлов. - М. : Астрель, 2006. - С. 255.

⁵⁴ Брандт, В. Воспоминания [Текст] / В. Брандт. - М. : Новости, 1991. - С. 164.

підготовки, що проходила під гаслом „Кожен, де б він не був, повинен раз на тиждень займатися спортом”, охопила в першу чергу дітей і підлітків. Дана програма розроблялася і реалізовувалася в закритому режимі. Її мета полягала у піднятті міжнародного статусу НДР за допомогою демонстрації спортивних досягнень⁵⁵. У підсумку на Олімпійських іграх в Токіо в 1964 р. НДР увійшла до трійки лідерів, посівши третє місце після США і СРСР, обійшовши при цьому ФРН.

Проте соціально-економічне становище НДР залишалося складним. На забезпечення громадян дешевими квартирами, безкоштовне медичне обслуговування, поліпшення постачання населення товарами широкого вжитку витрачалася велика кількість грошей. Все частіше НДР була змушена брати кредити у ФРН.

Наростання соціально-економічних і політичних внутрішніх проблем сприяло зростанню невдоволення населення країни умовами життя. Це невдоволення підсилювали і зовнішні умови. Однією з таких зовнішніх причин стала політика байдужості і дистанціювання від німецьких проблем керівництва СРСР. Ці та інші обставини разом і визначили кінець Німецької Демократичної Республіки.

День, коли Німецька Демократична Республіка з дозволу чотирьох колишніх окупаційних держав увійшла до складу Федеративної Республіки Німеччини, був відповіддю на німецьке питання, яке довго не давало спокою німцям. Не випадково головний документ, який підвів ризику як під об'єднанням країни, так і під німецьким питанням взагалі, називається Договором про остаточне врегулювання щодо Німеччини (1990 р.). Виступаючи на урочистому акті в Берлінській філармонії, Федеральний президент Ріхард фон Вайцеккер сказав: „Настав день, коли вперше в історії вся Німеччина знаходить міцне місце в колі західних демократій”⁵⁶.

Об'єднання Німеччини стало не тільки внутрішньонімецькою, а й

⁵⁵ Павлов, Н. В. История современной Германии 1945-2005 [Текст] / Н. В. Павлов. - М. : Астрель, 2006. - С. 257.

⁵⁶ Німеччина: Факти. - Франкфурт-на-Майні: Societaets-Verlag, 2012. - С. 21.

міжнародною подією. Створення єдиної Німеччини відбулося за правилами боннського уряду, які були закріплені у внутрішньому законодавстві ФРН і схвалені світовим співтовариством, а в першу чергу найближчими військово-політичними союзниками. Таким чином, завдяки становищу успішної, як у політичному так і економічному розумінні, держави в Європі і світі і завдяки своїй планомірній інформаційно-політичній діяльності, ФРН успішно реалізувала стратегічну мету – досягнення єдності німців на західнонімецьких умовах. Військова міць держави стала грати меншу роль для визначення статусу країни і її можливостей на міжнародній арені. Найбільш значимими факторами стали економіка, науково-технічні досягнення, технології та інформація. Можна сказати, що це один з прикладів того, як міжнародний статус і позитивний образ країни в сукупності зі сформованими стереотипами (свобода, рівність, успіх, багатство) надихнув жителів східних земель до активних дій, наблизивши тим самим об'єднання країни, що сталося без конфронтації і гострих конфліктів. Також даний приклад наочно демонструє роль економічного чинника у процесі формування міжнародного іміджу країни.

1.4. Домінанти позиціонування сучасної Німеччини в міжнародних відносинах

На сьогодні Німеччина – одна з країн-лідерів Європейського союзу, від якої багато в чому залежить зміст сучасних економічних і політичних процесів як на європейському континенті, так і у світі⁵⁷.

Як показує проведений автором аналіз, для позиціонування сучасної Німеччини на світовій арені властива наявність декількох головних ідей, які послідовно впроваджуються в суспільну свідомість. Такі ідеї і ознаки характеризуються в науковій літературі як домінанти⁵⁸.

⁵⁷ Германия. Вызовы XXI века / под ред. В.Б. Белова. - М.: Весь Мир, 2009. - С. 9.

⁵⁸ Домінанта (від лат. *dominans* – той, що володарює) - головна ідея, головна ознака, або найважливіша складова частина будь-чого. Див.: Словарь иностранных слов, 15-е изд., испр. - М.: Рус. яз., 1988. - С. 173.

Будучи однією з найбільш потужних економічних держав, Німеччина є „локомотивом і ядром інтеграції Європи”, а в силу кризових явищ у світовій економіці в останні роки і „гарантом європейської та світової економічної стабільності”. В країні створені сприятливі умови для підприємницької діяльності. Її інфраструктура та НДДКР на найвищому рівні. Німецькі підприємства мають високу репутацію у всьому світі. Так, у списку кращих транснаціональних корпорацій світу, опублікованому американським журналом „Fortune”, числяться такі німецькі фірми, як „Daimler-Chrysler”, „Deutsche Bank”, „Bayer”, „Siemens”, „Deutsche Lufthansa”, „Schenker AG”, „Deutsche Post”, „Thyssen Krupp”, „Deutsche Telecom”, найбільший у світі страховий концерн „Allianz SE”⁵⁹.

Німеччина є країною з найбільш високим рівнем життя у світі, в першу чергу завдяки своїй розвиненій промисловості. У рейтингу Світового банку Німеччина з валовим доходом на душу населення 43980 доларів займає п'ятнадцяте місце. Хоча за останні роки питома вага промисловості в економіці помітно скоротилася з одночасним зростанням сфери послуг, проте за обсягом ВВП і промислового виробництва на 2014 р. Німеччина поступалася лише США, Японії та Китаю⁶⁰.

Крім цього, ФРН – одна з найбільших у світі країн-експортерів, основна частка експортної продукції якої припадає на транспортні засоби (займала п'яте місце в рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2014-2015 Всесвітнього економічного форуму). Далі йде продукція верстатобудування та хімічна продукція. Разом з тим в останні роки можна спостерігати значний розвиток сфери інформаційних технологій і телекомунікацій. Традиційною особливістю німецького промислового виробництва є висока кваліфікація робочої сили та спеціалізація на випуску якісної та дорогої продукції⁶¹.

⁵⁹ Німеччина. Факти. - Франкфурт-на-Майні: Societaets – Verlag, 2012. - С. 86.

⁶⁰ ФРН займає 15-е місце в рейтингу Всесвітнього банку // Deutsche Welle [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.184.5126.46/фрн-займає-15-е-місце-в-рейтингу-всесвітнього-банку/a-17320705.

⁶¹ Всесвітній економічний форум: рейтинг глобальної конкурентоспроможності 2014-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : gtmarket.ru/news/state/2014/09/10/26548.

Незважаючи на розвиненість галузей промисловості варто врахувати, що Німеччина є одним з активних прихильників захисту навколишнього середовища і вживає відповідних заходів щодо її охорони, а також виступає за міжнародне співробітництво в цій галузі. Так, з 1994 р. охорона навколишнього середовища була навіть закріплена в якості державної мети в Основному законі Федеративної республіки. У майбутньому Німеччина планує повністю відмовитися від атомної енергетики і перейти на поновлювані джерела енергії й істотно скоротити обсяг своїх національних викидів газу в атмосферу. Федеративна Республіка Німеччина є активним членом провідних світових, політичних, економічних і військових структур та об'єднань: Північно-Атлантичного альянсу; Організації з безпеки і співробітництва в Європі; Європейського союзу; „Великої вісімки” і „Великої двадцятки”; Міжнародного валютного фонду; Всесвітньої торгової організації. Вона також є третьою після США і Японії державою-донором ООН за абсолютними показниками і претендує на постійне членство в Раді безпеки ООН.

При всіх перерахованих перевагах, а також недоліках (мілітарне минуле країни, брак корисних копалин) Німеччина, як показує практика, навчилася грамотно управляти іміджевими показниками і демонструвати свої кращі сторони, що, в свою чергу, дозволяє їй послідовно просувати національні інтереси по всьому світу. Тому не дивно, що на сучасному етапі Німеччина володіє одним з найбільш привабливих іміджів у всьому світі, що підтверджується як німецькими, так і зарубіжними соціологічними опитуваннями і дослідженнями.

Так, на 2008 р. Німеччина займала першу позицію в рейтингу національних брендів Саймона Айнхольта⁶². У цьому дослідженні країни оцінювалися за такими показниками: експорт; управління; культура і культурна спадщина; люди; туризм; інвестиції та міграція.⁶³

⁶² Anholt S. Nation-brands of the Twenty-first Century, in: Journal of Brand Management, 5,6 / 1998. - S. 395-406.

⁶³ Сполучені Штати очолили рейтинг національних брендів Саймона Айнхольта в 2009 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://gtmarket.ru/news/state/2009/10/29/2214>.

У 2009 р Німеччина спустилася на другу позицію, оскільки перше місце зайняли США, несподівано піднявшись за рік на шість пунктів, що, на думку експертів, може бути пов'язано з обранням на пост президента Барака Обама і посиленням фінансування та активності дій у сфері поліпшення національного іміджу⁶⁴.

За результатами іншого дослідження, щорічного міжнародного опитування, проведеного британською соціологічною службою BBC World Service Country Rating Poll в 2011 р., в якому взяло участь близько 30 тис. респондентів з 27 країн, образ Німеччини знову отримав найбільшу кількість позитивних відгуків жителів земної кулі⁶⁵.

У 2014 р. Німеччина знову посіла перше місце за звання „найкраща країна світу” за результатами рейтингу „Anholt-GfK Roper Nation Brands Index”. В маркетинговому дослідженні кампанії на запитання про 50 провідних країн світу відповіли 20 тис. осіб з 20 країн. Респонденти мали оцінити вплив 23 різних аспектів на загальне уявлення про добробут країни. Аспекти були поділені на шість категорій: економіка, державне управління, культура, населення, туризм, імміграція⁶⁶.

Щоб зрозуміти причини таких позитивних оцінок, передусім необхідно визначити, чим керуються німецькі лідери при формуванні образу Німеччини в світі. Для цього, спираючись на практику формування іміджу, необхідно спочатку зрозуміти, яким його бачить керівництво Німеччини, виявити його домінантні складові і те, яким з цих аспектів приділяється першочергова увага. Це дозволить оцінити, наскільки той образ, який Німеччина прагне сформувати в світі, відповідає усталеним у свідомості іноземних громадян уявленням про цю країну.

Як вже зазначалося вище, імідж держави є результатом взаємодії

⁶⁴ Там само.

⁶⁵ Die Welt. Deutschland hat weltweit das beste Image [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://rn.welt.de/article.do?id=politik%252Farticle%252F1862967%252FDeutschland-hat-weltweit-das-beste-Image>.

⁶⁶ Німеччина названа найкращою країною світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : for-ua.com/article/1069900.

великої кількості факторів, які, переплітаючись один з одним, утворюють цілісний образ країни. Залежно від геополітичного положення, від природно-ресурсного потенціалу, національної і культурної спадщини, від міжнародного авторитету країни, її впливу на світову політику, економіку і торгівлю, є ряд основоположних чинників, на яких базується імідж держави і яким при формуванні ефективного іміджу країни приділяється більше уваги, ніж іншим.

З урахуванням сформованих умов, особливостей сучасного статусу та обставин історичної природи, Міністерством закордонних справ ФРН визначені наступні установки з позиціонування країни в міжнародних відносинах⁶⁷:

- Німеччина – відповідальний партнер і генератор розвитку Європейського союзу;
- Німеччина – надійний партнер у справі попередження та подолання політичних, економічних, екологічних криз і гуманітарних катастроф;
- Німеччина – відкрита світові країна, яка виступає проти расизму та антисемітизму;
- Німеччина – країна, яка завдяки реформам та інноваціям буде орієнтовану на майбутнє і конкурентоспроможну (zukunfts und konkurrenzfaehig) економіку;
- Німеччина враховує свої кращі досягнення в історії людства, підкреслює свої традиційні сильні сторони;
- Німеччина – країна ідей і центр досліджень, що привертає вчених з усього світу і впроваджує інноваційні імпульси;
- Німеччина – батьківщина всесвітньо відомих сучасних художників, музикантів, дизайнерів, архітекторів і спортсменів.

Аналіз змісту таких установок з формування іміджу дозволяє зробити висновок, що державне керівництво Німеччини прагне осучаснити

⁶⁷ Schwann A. Werbung statt Waffen. Wie strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik veraendert. - VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. - S. 198.

традиційний образ країни поетів, мислителів і вчених, який склався у світі. Слід зазначити, що, діючи таким чином, ФРН виходить в першу чергу з інтересів розвитку країни і забезпечення її безпеки.

Такі офіційні установки, на думку дослідника А. Шванн, повною мірою відзеркалюють основні напрямки позиціонування сучасної Німеччини в світі (громадсько-політичний, економіко-технічний і емоційно-культурний)⁶⁸. З цього випливає, що процес формування міжнародного іміджу держави за своїм змістом повинен збігатися з пріоритетами її зовнішньої політики. У випадку з ФРН такими є політика, економіка і культура, що підкреслює прямий взаємозв'язок і до певної міри взаємозалежність трьох важливих для процвітання держави сфер діяльності. В даному випадку на прикладі Німеччини проявляється закономірність, що виражається у взаємозалежності зовнішньої політики країни та її образу, сформованого за кордоном. При цьому позитивний образ у випадку, якщо ним управляти, може сприяти реалізації зовнішньополітичних планів

Кожен із зазначених вище напрямків має свої особливості. Так, основним завданням ФРН на суспільно-політичному напрямку є демонстрація активної підтримки демократії і миру за кордоном. Зокрема, особлива увага приділяється роз'ясненню необхідності та обґрунтованості участі бундесверу та миротворчих сил у запобіганні та ліквідації політичних та економічних криз. Іншою важливою метою для Німеччини є просування ідеї свого лідерства в Європейському Союзі.

При характеристиці економіко-технічного вектора слід враховувати, що особлива увага приділяється просуванню економічно розвиненої країни, здатної до інновацій. Для німців важливо показати світові, що Німеччина є визнаним лідером не тільки в традиційних сферах виробництва, але й не менш успішною в питаннях запровадження нововведень, в першу чергу в області нано -, екологічних та інших видів сучасних технологій.

Третій важливий напрямок формування образу ФРН у світі – емоційно-

⁶⁸ Там само.

культурний. Така діяльність покликана сприяти залученню уваги світової громадськості до німецької культури і мистецтва – моди, музики, театру, кіно і спорту. Для цього, зокрема, вносяться зміни у діяльність засобів масової інформації країни (наприклад, медіакампанія „Німецька хвиля” оновила в 2012 р. свій формат в інтересах залучення молодіжної аудиторії), організацію посередницької діяльності за кордоном. З цією метою проводяться різні заходи, такі як тижні і перехресні роки Німеччини, виставки, фестивалі, надається допомога країнам, що розвиваються (зокрема, Бразилії, Росії в організації Олімпійських ігор, чемпіонатів світу, Європи і т.п.). Особливу увагу на культурному напрямі Німеччина приділяє мінімізації негативних аспектів свого історичного минулого.

Німецький дослідник М. Хайденрайх виділяє і інші особливості процесу просування образу Німеччини в світі⁶⁹. В першу чергу, це стосується прагнення Німеччини відійти від просто позиціонування свого іміджу в світі до інституціоналізації та інтенсифікації діалогу між країнами задля спільної роботи з найбільш важливих питань, що, у свою чергу, посилює можливість прямого впливу на партнера і збільшує ступінь його конформної поведінки під час спільних дискусій. Такий підхід дозволяє швидше досягти довірчих відносин, спрощує можливість поступового просування власних ініціатив. Прикладом можуть служити проекти співробітництва в сфері театрального, кіно - та образотворчого мистецтва.

Наступною особливістю підходу є інтенсифікація спільного вирішення глобальних проблем: зміни клімату, соціальної нерівності, захисту прав і свобод громадян, свободи ЗМІ та ін.

Підтримка талановитої молоді, а не просто спроба привернути її увагу до Німеччини, є ще однією тенденцією у справі просування образу ФРН у світі. Надаючи можливість кар'єрного росту молодим фахівцям, німецька сторона залучає на свій бік майбутню еліту з інших держав.

⁶⁹ Heidenreich M. Ifa-Edition Kultur und Aussenpolitik. Kultur der Partnerschaft - Perspektiven der deutsch Kulturbeziehunge [Електронний ресурс]. – Режим доступу : /www.ifa.de/pdf7edition/russland2011.pdf.

Крім цього, важливою особливістю також є перехід від поділу по секторах до так званої мережевої комплексної співпраці, де передбачається спільна робота культурного, економічного, політичного секторів з будь-якого питання і перехід до державно-приватного партнерства.

При цьому, як зазначає А. Шванн, процес формування іміджу ФРН в світі носить диференційний характер, оскільки він здійснюється за різними моделями. Це проявляється, зокрема, в градації цільових країн залежно від їх значущості для Німеччини, що позначається на ступені активності ФРН і у виборі послідовності просування іміджевих доміант в різних регіонах. Такий підхід повною мірою відповідає національним інтересам Німеччини і враховує особливості політичних процесів у кожній з обраних країн.

Таким чином, з одного боку, поліпшення іміджу Німеччини за останні десятиліття було зумовлено об'єктивними причинами, пов'язаними зі зростанням політичного авторитету, економічної могутності та появою нових геополітичних можливостей в результаті возз'єднання країни. З іншого боку, зміна балансу сил і поява на міжнародній арені нових тенденцій, інтеграційні процеси на європейському континенті, що відкривають для Німеччини нові горизонти для просування своїх цінностей, розвиток інформаційних і комунікаційних технологій і разом з тим переосмислення керівництвом ФРН ролі образу країни у зовнішній політиці, підштовхнули Німеччину до активніших і одночасно ретельно продуманих дій з формування свого іміджу за кордоном.

Висновки розділу 1

На сучасному етапі в умовах інтенсивного розвитку інформаційних технологій міжнародний імідж країни є невід'ємним елементом успішної політичної, економічної та іншої діяльності держави. Міжнародний імідж – один з основних активів держави, який забезпечує його конкурентоспроможність у світовому співтоваристві. Він формується

століттями і знаходиться під впливом різного роду факторів: геополітичного положення країни, її природно-ресурсного потенціалу, національної і культурної спадщини, міжнародного авторитету, ступеня впливу на світову політику і економіку і т.п. Крім того, міжнародний імідж залежить від специфіки та історії взаємин між конкретними країнами, від збігу або розбіжності їхніх національних інтересів, від політичних установок в країні формування образу, а також від поточних політичних подій, що, в свою чергу, говорить про непостійність категорії „імідж країни” в цілому.

Цей факт ще раз підкреслює необхідність створення цілісної стратегії з формування іміджу країни, а також важливість постійного моніторингу процесу зміни іміджевих показників країни в цілому з метою їх можливого коректування.

Сьогодні Німеччина має один з найпривабливіших у світі міжнародних іміджів. Це підтверджується, зокрема, результатами соціологічних опитувань і досліджень, що проводяться як у самій ФРН, так і в інших країнах. Як показує проведений аналіз процесу формування міжнародного іміджу Німеччини, такий результат досягнутий насамперед завдяки спеціально організованій, цілеспрямованій та систематизованій діяльності.

Інтенсивний розвиток інформаційних технологій, посилення взаємозалежності у світі і поглиблення процесів глобалізації, що відбуваються сьогодні, зумовлюють зростання потреб у культурному діалозі глобального масштабу. Це ставить перед Німецькою державою нові завдання у сфері просування німецької культурної спадщини за кордоном.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ФРН В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

2.1. Сучасна німецька ідентифікація як фактор формування міжнародного іміджу ФРН

З самого початку утворення націй формування власної ідентичності було найважливішим компонентом створення національних образів для їх використання як усередині країни, так і зовні. При цьому ідентичність була і буде ототожнюватися в першу чергу з внутрішніми цінностями нації⁷⁰. На думку німецького публіциста і політичного діяча М. Мертес, питання ідентичності відноситься до феномену кризи: він утворюється в тому випадку, коли індивід або колектив втрачає орієнтацію і при цьому відчуває почуття глибокої невпевненості, розгубленості. А. Шванн, у свою чергу, вважає, що „ідентичність нації складається не тільки з великих кластерів – історії, культури, мови, але й з багатьох окремих частин, які відображають різноманіття суспільства, що складається з окремих соціальних ідентичностей, і постійно змінюються. Таким чином, ідентичність не статична, а динамічна”⁷¹.

Важливо зауважити, що ідентичність залежить не тільки від того, як народ бачить себе, а й від того, як він хоче виглядати в очах інших народів. В цілому пошук національної ідентичності схожий з пошуком характеру, об'єктивної „сутності” народу⁷². Пошук може тривати століттями, при цьому змінюючись в історичному розвитку, припиняючись, поновлюючись. Так, питання про національну ідентичність, що хвилювало німецький народ протягом багатьох століть, і після возз'єднання країни не втратив своєї актуальності. Навпаки, сьогодні значення національної ідентичності для процесу формування образу країни стає пріоритетним. У роботах німецьких

⁷⁰ Schwann A. Werbung statt Waffen. Wie strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik veraendert. - Wiesbaden: YS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. - S. 103.

⁷¹ Там само. - С.105.

⁷² Там само. - С.35.

дослідників, які аналізують структуру та шляхи формування зовнішньополітичного іміджу, ідентичність розглядається в якості фундаментальної основи іміджу країни. Від того, який буде створений образ нації, багато в чому залежить, який імідж буде у країни. Однак перед тим як створити єдину концепцію самоідентифікації, об'єднаної Німеччини необхідно звернути увагу на ряд новоутворених проблем і зрозуміти, як мінімізувати виникли ризики.

Характерно, що об'єднання Німеччини було значущою політичною подією як для самого німецького народу, так і всього світового співтовариства в цілому. Вона визначила у ФРН початок трансформаційного періоду, який зачепив і наслідки самого об'єднання, і європейську інтеграцію, і зникнення НДР з політичної арени⁷³.

З одного боку, об'єднання позитивно вплинуло на розвиток країни. Розширивши свої державні кордони, Німеччина просунулася углиб континенту на Схід, збільшила за рахунок цього свій економічний і соціальний потенціали і зміцнила свої позиції на міжнародній арені. Тепер фраза колишнього канцлера ФРН Г. Шмідта про те, що „Німеччина – це економічний гігант, але політичний карлик”, яку раніше часто цитували, втратила свою актуальність⁷⁴. З іншого боку, об'єднання породило багато нових питань, стратегічних і тактичних проблем, включаючи внутрішньополітичні. Найважливішим з них було здійснення переходу від формального об'єднання до реальної єдності держави і нації, пошук своєї ідентичності, набуття нового образу ФРН в зміненому світі. Об'єднання країни, яке стало початком її перетворення в національну державу, ознаменувало якісно нову епоху в розвитку німецького суспільства. Знову в центр громадських дискусій висувуються питання: „Що собою являє

⁷³ Павлов, Н. В. История современной Германии 1945-2005 [Текст] / Н.В. Павлов. - М. : Астрель, 2006. - С. 414.

⁷⁴ Teltschik H. Deutsche Wiedervereinigung/ Genutzte und versaemte Chancen in der Aussenpolitik / Konrad Adenauer Stiftung. – 2009. - S. 12-13.

Німеччина – народ або націю; державу, або в першу чергу, демократію; суспільство, або, може, всього лише економіку; частину Заходу; конституцію або місцерозташування; або просто країну?”, „якою має бути Німеччина?”⁷⁵.

Варто зауважити, що спочатку процес досягнення національної єдності в Німеччині просувався повільно. На це були свої причини. Описуючи події 1989 р., німецький психоаналітик Х.І. Маац посилається на почуття „зашореності” східних німців, яке необхідно було подолати, щоб просунути в процесі внутрішнього об'єднання: „Нам треба знову навчитися самостійності, повернути собі делеговану владі відповідальність, знайти в собі асоційовану із Заходом свободу”⁷⁶.

Основна проблема внутрішнього об'єднання полягала в тому, що за час роздільного існування двох Німеччин у західних і східних німців сформувався різний менталітет, зумовлений як культурними, так і соціально-економічними відмінностями, що відбивають специфіку різних економічних і політичних систем. Зважаючи на структурну відсталість східних регіонів, постала необхідність вжити особливих заходів з вирівнювання рівнів розвитку старих і нових федеральних земель. Так, західні німці були змушені платити податки зі ставкою в 50%, частина доходів від яких ішла у вигляді трансфертів на Схід Німеччини. Результатом цього стала психологічна реакція, що виявилася у невдоволенні тим, що треба було частину зароблених старанною працею грошей передавати землям, що приєдналися.

До того ж різне ідеологічне виховання і соціалізація зумовили формування інших традицій і звичаїв, різної культурної спадщини. Незважаючи на те, що Берлінська стіна впала, фактично вона продовжує своє існування у свідомості народу. У той час, коли західні німці в умовах капіталістичної системи звикли до самостійного заробляння грошей на проживання, на медицину, на навчання і т. п., у свідомості східних німців вкоренилися такі поняття, як підтримка з боку держави, безкоштовна

⁷⁵ Погорельская, С. В. Внутриполитические аспекты новой германской внешней политики [Текст] / С. В. Погорельская // Мировая экономика и международные отношения. – М., 2001. - №7. - С. 91-100.

⁷⁶ Maaz H. - J. Der Gefuehlsstau. Psychogramm einer Gesellschaft, Muenchen: C.II. - Beck OHG, 2010. - S. 203.

медицина, освіта, соціальне страхування та ін. Вже через десять років після об'єднання у свідомості західних німців щодо своїх східних співгромадян склалися певні стереотипи: пасивність, пацифізм, песимізм⁷⁷.

Поряд з цим варто зауважити, що в той час, коли в східних землях відбувалася структурна перебудова як економіки, так і політики, німецьке суспільство в старих федеральних землях не пережило якісних змін. Єдина Німеччина розглядалася тут як ФРН, що розширилася на схід, тому саме нові землі повинні були пристосовуватися до умов західної системи відносин і прагнути дотягнутися до стандартів західно-німецької економіки. Ті східні політики, які розраховували зайняти високий пост в об'єднаній Німеччині, були змушені змінювати свій менталітет. Природно, що не кожен східний німець був готовий відмовитися від своєї ідентичності.

Тільки після переїзду уряду до Берліна в 1998 р., до якого більшість населення об'єднаної Німеччини поставилася скептично (у той час як східна частина населення з самого початку вважала це рішення правильним) і утворення так званої Берлінської республіки можна, на думку Х. Мюнклера, говорити про єдину державу, навіть незважаючи на те, що на той момент існували сумніви в успіху внутрішнього об'єднання країни в осяжному майбутньому.

Незважаючи на те, що з моменту об'єднання пройшло досить багато часу, більшість населення нових федеральних земель як і раніше вважає себе східними німцями⁷⁸. Західні німці схильні дивитися на східних зверхньо як на людей малоініціативних і вічно незадоволених, які звикли до допомоги з боку, що змушує їх відчувати себе людьми „другого сорту”⁷⁹. Східні ж вважають західних самовдоволеними, зарозумілими і забюрократизованими. Це підтверджують і соціологічні опитування. Так, 69% східних німців

⁷⁷ Ossi und Wessi // Frankfurter Allgemeine Zeitung. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://m.faz.net/aktuell/politik/deutsche-einheit-ossi-und-wessi-1919540.html>.

⁷⁸ Institut für Demoskopie Allensbach. Vorstellung des Allensbacher Jahrbuchs «Die Berliner Republik». - 2009, S.5 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.iallensbach.de/fileadmin/IfD/sonstige_pdfs/JB_2009_RK.pdf.

⁷⁹ Томчин, А. Б. Наблюдая за немцами. Скрытые правила поведения [Текст] / А. Б. Томчин. – М. : РИПОЛ классик, 2010. - С.358.

вважають західних зарозумілими і націленими на гроші. 49% опитаних західних німців навпаки в першу чергу „незадоволеність різницею в економічному розвитку” приписують східним німцям. У західних землях пішли по простому шляху, перекинувши провину майже за всі невдачі Федеративної Республіки на сучасному етапі (за нетерпимість до іноземців, за правий екстремізм, за безробіття, за бідність, за алкоголізм і жорстокість) на плечі східних німців незважаючи на те, що все це зустрічається і в західних землях. Не дивно, що німецький політолог К. Шредер в інтерв'ю журналу „Шпігель” констатував, що більшість східних німців не ототожнюють себе з сьогоденною суспільною системою Німеччини⁸⁰.

На цьому фоні в суспільстві позначилася тенденція „повернення в минуле”. Східні німці стали замислюватися над тим, що в НДР було чимало доброго: загальна зайнятість і реальне право на працю; менший розрив між багатими і бідними; високий рівень соціального забезпечення; більш дружнє ставлення між людьми⁸¹.

В рамках опитування громадської думки, проведеного в 2009 р., 49% східних німців погодилися з твердженням: „У НДР було більше хороших сторін, ніж поганих”⁸². У той же час дані опитування громадської думки Алленсбахського університету за 2009 р. свідчать про те, що тільки 28% опитаних на сході німців нудьгують за минулими часами, а західні німці охарактеризували період 1945-1989 рр. як найбільш успішний за весь час існування ФРН і порахували, що з об'єднанням вони більше втратили, ніж придбали⁸³. Це говорить ще про одну тенденцію в німецькому суспільстві – ностальгії західних німців за минулими успіхам „колишньої” ФРН без східних земель.

⁸⁰ Максимычев, И. Ф. Падение Берлинской стены. Из записок советника-посланника посольства СССР в Берлине [Текст] / И. Ф. Максимычев. - М. : Вече, 2011. - С. 281.

⁸¹ Томчин, А. Б. Наблюдая за немцами. Скрытые правила поведения [Текст] / А. Б. Томчин. - М. : РИПОЛ классик, 2010. - С. 358.

⁸² Максимычев И. Ф. Падение Берлинской стены. Из записок советника-посланника посольства СССР в Берлине [Текст] / И. Ф. Максимычев. -М.: Вече, 2011. - С. 281.

⁸³ Erfolgsgeschichte der Bundesrepublik // Frankfurter Allgemeine Zeitung [Електронний ресурс]. - Режим доступу у: <http://rn.faz.net/aktuell/politik/inland/allensbach-analyse-erfolgsgeschichte-bundesrepublik-1758340.html>.

Це дослідження разом з тим показало, що оцінка німцями перших двадцяти років після об'єднання є переважно позитивним⁸⁴.

Імміграція зі Сходу, в першу чергу з мусульманських країн, яка посилилася в останні роки, додатково ускладнює обстановку в Німеччині, викликаючи економічну і політичну напруженість. Колишній федеральний канцлер Г. Шмідт у своїй книзі „Поклавши руку на серце” досить чітко охарактеризував проблему: „Виходячи з ідеалістичних уявлень, обумовлених досвідом Третього рейху, ми впустили в країну занадто багато іноземців”⁸⁵.

За таких умов гостро постає питання „Що означає бути німцем?”. У засобах масової інформації ФРН все більше з'являється матеріалів про релігійний фанатизм у молодих мусульман, що народилися і проживають у Німеччині, що, у свою чергу, сприяє посиленню ворожого ставлення населення до іммігрантів з мусульманських країн і появи нових націонал-соціалістських організацій та угруповань, а також провокує націоналістично налаштовану молодь до агресії⁸⁶. Більше того, ускладнення, спровоковані падінням народжуваності та старінням титульної нації, припливом іноземців в країну і небажанням останніх пристосовуватися до нових умов – до культури і традицій німецького народу, викликає тільки роздратування у корінного населення. Приміром, будівництво найбільшої мечеті в Кельні, яка повинна стати символом вдалої інтеграції та за розміром якої в місті може змагатися тільки всесвітньо відомий Кельнський собор, викликало величезний суспільний резонанс і поки що є символом „невдалої інтеграції”⁸⁷.

Націоналістичні настрої більшою мірою розвинені на сході Німеччини. Цьому є пояснення: почуття приниження, яке відчували східні німці після об'єднання, вимагало задоволення. Так, в 1991-1992 рр. можна було

⁸⁴ Petersen Th. Bluehende Landschaften. Allensbach-Umfrage zur Deutschen Einheit. «Frankfurter Allgemeine Zeitung» [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.faz.net/aktuell/politik/inland/allensbach-umfrage-zur-deutschen-einheit-bluehende-landschaften-11040029.htm.

⁸⁵ Reitze D. Letzte Ausfahrt Karlsruhe? Berliner Rundschau [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.berliner-rundschau.de/download_2002/BR06-02-Seite%201.pdf.

⁸⁶ Германия. Вызовы XXI века / Под общ. ред. В.Б. Белова. - М. : Весь Мир, 2009. - С. 775-776.

⁸⁷ Koelner Moschee. Der beschadigte Neubau. Frankfurter Allgemeine Zeitung [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.faz.net/aktuell/politik/inland/koelner-moschee.

спостерігати спалахи насильства, які відбулися в „нових” федеральних землях⁸⁸. І хоча населення багатьох міст виступило проти такого ставлення до іноземців і в багатьох містах пройшли потужні демонстрації на знак солідарності з іноземними співгромадянами, правий радикалізм існує й донині і час від часу змушує про себе говорити.

Протести проти ісламізму ще не досягли критичного рівня, однак цей процес набирає силу і найбільш радикальні сили можуть перейти до активних дій. З цієї причини влада змушена вживати заходів, що обмежують ісламську активність. Приміром, позитивний відгук серед населення викликала вимога закріпити німецьку мову в якості обов'язкового для тих, хто вирішив жити у ФРН постійно. А в 2009 р. з'їзд ХДС одноголосно проголосував за пропозицію закріпити німецьку мову в якості державної мови в Основному законі. Невипадково Канцлер Німеччини А. Меркель в жовтні 2010 р. заявила на зльоті молодіжного крила ХДС в Потсдамі: „Установка на те, що ми будемо мультикультурне суспільство, живемо поруч і радіємо один одному... повністю провалилася... Тому, хто не говорить по-німецьки, ми не раді”⁸⁹. Тим не менше, навряд чи комусь у Німеччині хотілося б, щоб цитата австрійського письменника Ф. Грильпарцера „Шлях сучасного людства починається з гуманізму, проходить через націоналізм і закінчується звірством” знову втілилася в реальність⁹⁰.

Треба сказати, що в Берлінській республіці формування національної самосвідомості йшло паралельно з формуванням нової зовнішньої політики. Світова спільнота з величезним інтересом спостерігала за тим, які шляхи вибере об'єднана Німеччина при розробці своєї зовнішньої політики і визначенні своїх національних інтересів, які напрямки будуть першорядними. У результаті Німеччина обрала європейський шлях розвитку на шкоду власній національній ідентичності.

⁸⁸ Letzte Ausfahrt Eisenach. – Spiegel, № 46. - S. 66.

⁸⁹ Lau J. Was Angela Merkel meint, wenn sie auf «Multikulti» schimpft [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [blog.zeit.de/joerglau/10/22/was-angela-merkel-meint-wenn-sie-auf-multikulti-schimpft_4275](http://log.zeit.de/joerglau/10/22/was-angela-merkel-meint-wenn-sie-auf-multikulti-schimpft_4275).

⁹⁰ Мертеc, М. Немецкие вопросы - европейские ответы [Текст] / М. Мертеc. - М. : Московская школа политических исследований, 2001. - С. 13.

Особливу увагу ФРН приділяє розширенню своєї зовнішньополітичної ролі, приймаючи участь в заходах, що проводяться міжнародними організаціями. Шляхом свідомої інтеграції в наднаціональні структури, Німеччина хоче запобігти створенню спрямованих проти неї коаліцій⁹¹. Уже в 1990-1991 рр. обговорювалися питання можливої участі бундесверу у військових конфліктах за межами кордонів НАТО. Поштовхом до посилення дебатів про майбутнє німецької зовнішньої політики стала війна в Перській затоці в 1991 р., в якій Німеччина надала солідну економічну підтримку своїм західним союзникам⁹².

Правова основа для бойового застосування збройних сил ФРН у міжнародних місіях з'явилася в результаті рішень, прийнятих конституційним судом ФРН в 1994 р., реально ж повноцінне залучення бундесверу у збройний конфлікт відбулося в ході операції НАТО проти Югославії в 1999 році.

Таким чином, завдяки своїй активній участі у світовій політиці Федеративна Республіка поступово перетворилася на „м'якого гегемона” Європи, викликаючи відповідні побоювання у своїх сусідів.

Особливо актуальною ця проблема стала у зв'язку з економічною кризою в ЄС і тієї роллю, яку відіграє Німеччина в подоланні цієї кризи. Португальська газета „Публіко” пише про повернення до колоніального періоду: „Якщо Німеччина стане управляти європейською кризою, з національним суверенітетом можна буде попрощатися”. Італійська газета „Кор'єре справи Серра” пише про необхідність для Берліна зробити висновки зі сформованої ситуації на користь збереження німецьких інтересів на тривалий період.

Подібні оцінки у пресі можна розцінювати як ознаку виникнення у світовому співтоваристві нової хвилі „германофобії”. У Швеції, навпаки, дотримуються іншої позиції: „Якщо Берлін поставив своїм завданням

⁹¹ Павлов, Н. В. Внешняя политика ФРГ. В постбиполярном мире [Текст] / Н. В. Павлов. - М: Наука, 2005. - С. 334.

⁹² Павлов, Н.В. Роль Германии в Балканском кризисе [Текст] / Н. В. Павлов, С. В. Погорельская. - М. : «Добросвет», 2000. - С. 54-56.

затягнути тугіше пояси і почати інвестувати замість того, щоб споживати, це означає спробу налаштувати європейські країни на певні правила гри в епоху глобалізації, а зовсім не спробу створити німецьку Європу, ці часи вже в минулому»⁹³.

Німецьке керівництво прагне враховувати всі перераховані вище проблеми при плануванні та реалізації політики щодо формування національної ідентичності як усередині країни, так і за кордоном, використовуючи при цьому весь арсенал способів і механізмів. Прикладом можуть служити піар-компанії „Німеччина - це ти”, метою якої було підвищення самооцінки німецького народу і стимулювання громадянської активності всередині країни, „Німеччина - країна ідей” та ін.

Діяльність керівництва країни приносить плоди. Більша частина суспільства дивиться з гордістю на результати останнього десятиліття. Вона переконана в тому, що сьогодні Німеччина має великий міжнародний вплив. Про це, зокрема, свідчать і останні дані Алленсбахського інституту демоскопії. Опитування громадської думки показали, що в порівнянні з 1990-ми рр. кількість тих, хто згоден з тим, що Берлінська республіка стала іншою подвоїлася. А на запитання „Яку роль відіграє Німеччина в Європейському союзі?” більшість відповіло – лідируючу⁹⁴.

Оцінюючи динаміку формування національної самосвідомості Німеччини та дії політичного керівництва країни, можна зробити висновок про те, що з моменту возз'єднання в самоідентифікації німців відбулися істотні зміни. Німці все більше усвідомлюють себе як єдину націю, якій є чим пишатися.

⁹³ Hellmann G. Das neue Selbstbewusstsein deutscher Aussenpolitik und die veraenderten Standarts der Angemessenheit. - iesbaden: VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. - S.735- 758. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://unifr Frankfurt.academia.edu/GuntherHellmann/Papers/992219/Das_neue_Selbstbewusstsein_deutsch_er.

⁹⁴ Erfolgsgeschichte der Bundesrepublik // Frankfurter Allgemeine Zeitung [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://rn.faz.net/aktuell/politik/inland/allensbach-analyse-erfolgsgeschichte-bundesrepublik-1758340.html>.

⁹⁵ Мішин, А.А. Конституційне (державне) право зарубіжних країн [Текст] / А. А. Мішин. – К., 2006. – С. 282.

2.2. Організація процесу формування міжнародного іміджу ФРН в умовах глобалізації та розвитку інформаційного суспільства

Аналіз практики формування міжнародного іміджу країни свідчить про те, що найбільшого успіху досягають ті держави, в яких чітко розроблений і налагоджений процес організації відповідної діяльності. Організація як планомірний, продуманий пристрій є невід'ємним елементом життєдіяльності кожного функціонуючого соціуму і обумовлена необхідністю впорядкування та узгодження соціальної активності людей, а також їх прагненням до об'єднання зусиль.

Одним із прикладів, що демонструють роль системного підходу до процесу зовнішнього позиціонування країни, є міжнародний імідж ФРН, який можна представити у вигляді результату спланованої, чітко скоординованої діяльності федеральних органів законодавчої і виконавчої влади, їх служб і підрозділів⁹⁵.

В цілому структура організації процесу з формування іміджу ФРН всередині країни і за кордоном включає в себе такі суб'єкти:

- вищі органи державної влади (суб'єкти, що приймають рішення);
- державні та громадські організації, діяльність яких пов'язана з культурою;
- неурядові організації;
- дипломатичну службу.

Наприклад, представники влади є свого роду візитною карткою цієї країни, особливо політичні лідери. Правильне формування іміджу керівництва держави важливе для позитивного сприйняття країни як на міжнародній арені в цілому, так і в середині неї самої.

Ключова політична фігура країни – федеральний канцлер. Відповідно до „Основного закону” канцлер визначає зовнішньополітичний курс ФРН і компетенції урядових органів. У розпорядженні глави уряду є апарат

кваліфікованих фахівців – Відомство федерального канцлера, яке, у свою чергу, займається координацією діяльності різних міністерств, розробкою політичних рекомендацій, готує необхідні рішення і контролює їх виконання⁹⁶.

Не менш значущою фігурою в справі створення привабливого образу ФРН є федеральний президент. Хоча згідно з „Основним законом” він є більш формальним, ніж реальним носієм зовнішньополітичної влади, тим не менше, він також є активним учасником процесу формування іміджу ФРН на міжнародній арені. Спираючись на свій особистий авторитет і активну політичну позицію, президент може мати істотний вплив на внутрішню і зовнішню політику Німеччини і на її міжнародний імідж, може підняти або знизити рівень довіри до чинного керівництва країни. Завдяки своїм виступам на актуальні теми він в змозі встановлювати критерії політичної та моральної орієнтації громадян. Іншими словами, у діяльності федерального президента багато що залежить від його особистих якостей⁹⁷.

Важливу роль у формуванні позитивного міжнародного іміджу ФРН також грають Федеральні Органи законодавчої та виконавчої влади, до яких відносяться нижня палата парламенту (Бундестаг), Федеральний Уряд ФРН, а також різні відомства та міністерства, що входять до його складу.

Бундестаг є органом представницької та законодавчої влади, що передбачає його безпосередню участь у процесі прийняття законів та розподілу бюджету країни. Крім того, бундестаг уповноважений здійснювати контроль за діяльністю федерального уряду та органів федерального управління і тим самим він має можливість впливати на зовнішню політику ФРН і, відповідно, на формування її іміджу.

Федеральний уряд ФРН і органи федерального управління є виконавчою владою Німеччини. Вони відповідають в першу чергу за якість управління державою, або за організацію зовнішньої і внутрішньої політики

⁹⁶ Там само. - С. 283.

⁹⁷ Там само. - С. 386.

країни.

Основні функції в справі просування іміджу ФРН покладені на Відомство преси та інформації федерального уряду – координаційний центр, який з'єднує громадян, ЗМІ та федеральний уряд між собою. У своїй діяльності Відомство керується „Рамковою концепцією щодо здійснення зв'язку з громадськістю та пресою Федерального уряду”, затвердженою в 1999 році⁹⁸.

Основним завданням Відомства є підготовка а) інформації для громадського користування та б) інформації для співробітників інших відомств федерального уряду. В рамках першого напрямку в задачу Відомства входить інформування громадян і ЗМІ про закони і державні стратегії, про практичну політику федерального канцлера, президента, федерального уряду, про політичні події. Діяльність за другим напрямком включає в себе регулярне постачання актуальною інформацією президента ФРН, канцлера, федерального уряду і бундестаг про поточні події в Німеччині та світі⁹⁹.

Донедавна Відомство друку у співпраці з МЗС ФРН надавало політичну інформацію і за кордон, однак наразі ця функція перейшла у відання Міністерства закордонних справ. Таким чином, вирішуючи свої основні завдання, МЗС також відіграє ключову роль у формуванні іміджу Німеччини за кордоном, координує діяльність державних органів і громадських організацій у цій сфері¹⁰⁰.

Зумовлено це, на наш погляд, збільшенням ролі зовнішньополітичної складової у сфері культури та освіти у зовнішній політиці ФРН в цілому і необхідністю чіткої організації даного процесу зокрема.

З метою підвищення ефективності взаємодії державних органів за кордоном Міністерство щорічно проводить велику кількість заходів. При

⁹⁸ Heye U.- K. Kommunikation als Dienstleistung. Die Neuorientierung des Bundespresseamtes // Vorgaenge Heft. Zeitschrift fuer Buergerrechte und Gesellschaftspolitik. - 2002, №2. - S. 80.

⁹⁹: Bundespresseamt.Geschichte und Aufgaben. Die Aufgaben [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.bundesregierung.de.

¹⁰⁰ Auswaertige Kultur- und Bildungspolitiken. Zeiten der Globalisierung - Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten [Електронний ресурс]. - Режим доступу : АКВР- Konzeption-2011 .pdf.

цьому МЗС прагне об'єднати окремі елементи інфраструктури в єдину ефективно працюючу систему, щоб розширити політичний вплив Німеччини в світі. Так, у 2004 р. була створена комунікаційна платформа „Образ Німеччини в світі”. Два рази на рік у міністерстві проходить дводенна наукова конференція, яка торкається різних сфер економіки, політики, культури, науки, туризму, і в якій беруть участь представники п'ятидесяти громадських організацій, що обговорюють актуальні проблеми розвитку країни, інноваційні проекти та перспективи зростання. Крім того, захищена паролем віртуальна платформа пропонує для всіх акторів можливість прямого спілкування між собою та отримання інформаційних матеріалів. Метою цієї мережевої комунікації, крім поглиблення співпраці, є також формування ефективного цілісного і актуального образу Німеччини в очах світової громадськості і просування її інтересів в умовах глобального протистояння¹⁰¹.

Гостра конкуренція в медійному просторі змушує кожену країну постійно вдосконалювати свої методи подачі інформації. У новій зовнішньополітичній концепції ФРН в галузі культури та освіти медійна ініціатива наводиться в якості можливого четвертого стовпа зовнішньої політики ФРН, який дозволяє вирішувати широкий спектр питань, наприклад, підтримання медіадіалога і співробітництва з країнами-партнерами, які переживають трансформацію, участь у підвищенні кваліфікації журналістів та розвитку демократичних ЗМІ в країнах, що „реформуються”. Нові умови зумовили зміну парадигм в Міністерстві закордонних справ, висунувши зовнішню комунікацію на перший план, що, у свою чергу, призвело до створення в структурі МЗС ФРН профільного підрозділу. У 2003 р. відділ по роботі з іноземною пресою був переведений з Федерального відомства друку в Міністерство закордонних справ. Ця реструктуризація повинна була знизити втрати, зумовлені нестикуваннями

¹⁰¹ Schwann A. Werbung statt Waffen. Wie strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik veraendert. VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. - S. 226.

між стратегічним плануванням у сфері комунікацій і їх практичним впровадженням¹⁰².

Новий відділ культури і комунікації складається з 10 підвідділів, має в штаті більше 160 співробітників і є найбільшим відділом МЗС ФРН. Його завданнями є планування, координація і керівництво німецькою зовнішньою політикою в галузі культури та освіти, політикою комунікацій і ЗМІ, політичною роботою з громадськістю. У його завдання також входить координація ефективної взаємодії державних органів за кордоном. По суті, відділ культури і комунікації виконує керівну функцію в організації зовнішньополітичного процесу, тому можна сміливо сказати, що він є справжнім штабом у справі формування позитивного образу Німеччини на міжнародній арені¹⁰³.

Для успішного просування іміджу Німеччини за кордоном МЗС ФРН потрібні партнери та посередники, інакше кажучи, спеціальні уповноважені організації, що діють на перший погляд самостійно. Такими є як інші міністерства (Федеральне міністерство освіти і наукових досліджень; Федеральне міністерство економічного співробітництва та розвитку; Федеральне міністерство у справах сім'ї, людей похилого віку, жінок та молоді; Федеральне міністерство внутрішніх справ¹⁰⁴), так і Інститут ім. Гете, Німецька комісія у справах ЮНЕСКО, Німецький археологічний інститут, Інститут зарубіжних зв'язків (ІЗС), радіостанція „Німецька хвиля”, Центр шкільної освіти за кордоном, Німецька служба академічних обмінів (ДААД), різні фонди: Фонд ім. Александра фон Гумбольдта, Німецьке товариство зовнішньої політики (DGAP) та ін.

¹⁰² Schwann A. Werbung statt Waffen. Wie strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik veraendert. VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. - S. 226.

¹⁰³ Там само.

¹⁰⁴ Підтримка діяльності з формування іміджу ФРН у світі здійснюється за рахунок фінансування проєктів, за рахунок організації і проведення різного роду міроприємств. Наочним прикладом може бути фінансування міністерством по справам сім'ї, похилих, жінок і молоді діяльність двосторонніх фондів молодіжних обмінів з Францією, Польщею, Чехією, Ізраїлем, Україною.

Всі ці організації знаходяться в тісній співпраці як один з одним, так і зі ЗМІ Німеччини. При здійсненні іміджевих заходів їхні зусилля об'єднуються.

Основний обсяг іміджевої роботи в рамках „зовнішньої культурної політики” і, відповідно, просування іміджу ФРН у світі припадає на Інститут ім. Гете (викладання німецької мови за кордоном і сприяння міжнародному культурному співробітництву), радіостанцію „Німецька хвиля”, а також на „Інтер Націонес”.

Інститут імені Гете по праву називають фірмовим знаком і обличчям Німеччини за кордоном. Інститут підпорядковується безпосередньо Міністерству закордонних справ ФРН. Відносини між інститутом і МЗС ФРН регулюються рамковою угодою. Велику увагу інститут приділяє інформаційній діяльності в галузі культурної політики країни, організації культурно-просвітницьких програм з метою дати цілісне уявлення про німецьку культуру.

Основними цілями інституту є:

- популяризація німецької мови за кордоном;
- підтримання міжнародного культурного співробітництва;
- просування всеосяжного образу Німеччини за допомогою надання інформації про культурне, суспільне і політичне життя населення Німеччини¹⁰⁵.

Сфера діяльності інституту охоплює 13 регіонів по всьому світу: Північно-Західна Європа (Англія); Німеччина; Південно-Західна Європа (Брюссель); Центрально-Східна Європа (Прага); Південно-Східна Європа (Афіни); Східна Європа та Центральна Азія (Москва); Південна Азія (Нью-Делі); Південно-Східна Азія; Центральна Азія і Нова Зеландія (Джакарта); Східна Азія (Сеул); Північна Африка і Близький Схід (Каїр); Субсахара і Африка (Йоганнесбург); Північна Америка (Нью-Йорк); Південна Америка (Сан-Пауло).

¹⁰⁵ Інститут ім. Гете [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.goethe.de/uun/org/deindex.htm.

Наступним актором, що відіграє істотну роль у розвитку міжкультурного діалогу з іншими країнами і сприяє розширенню сфер впливу Німеччини на міжнародній арені, є Інститут зарубіжних зв'язків (ІЗЗ). Інститут вносить значний вклад у популяризацію німецького мистецтва і науки серед зарубіжної аудиторії. За його сприяння по всьому світу проходять художні виставки, видаються стипендії, здійснюється підтримка розвитку ЗМІ, особливо в Центральній, Південній та Східній Європі.

Особливу увагу Інститут приділяє розвитку діалогу між Німеччиною та країнами ісламського світу, створенню незалежних ЗМІ в Південно-Східній Європі, встановленню тісних контактів із зарубіжними неурядовими організаціями та становленню громадянського суспільства на національному, європейському та світовому рівнях.

Не менш важливою посередницькою структурою у сфері просування позитивного іміджу ФРН у світі, що сприяє розвиткові міжвузівських контактів, є Німецька служба академічних обмінів (Deutscher Akademischer Austauschdienst - DAAD). Ця організація є одним з найбільших інститутів у сфері міжнародного міжвузівського і наукового обміну, має у своєму складі 14 відділень і 51 інформаційний центр, які допомагають підтримувати контакти з найважливішими країнами-партнерами на всіх континентах.

В цілому треба відзначити, що дипломатична служба ФРН, державні, неурядові та громадські культурні організації, культурні центри відіграють важливу роль у процесі формування міжнародного іміджу країни, сприяючи тим самим зміцненню зв'язків між країнами, вирішенню на взаємоприйнятних умовах проблем, що виникають між ними.

Значний вплив на зміцнення позицій Німеччини за кордоном і розширення сфер її впливу чинять громадські та приватні фонди, які поділяються на кілька типів: партійні, академічні та наукові; церковні; фонди різних компаній.

За своєю природою фонди є універсальними організаціями і можуть бути задіяні на всіх рівнях зовнішньої політики ФРН: від політики безпеки

до зовнішньої політики культури та освіти.

В якості неофіційних „міністерств закордонних справ” політичних партій, що впливають на розвиток міжнародних зв'язків і розширення сфери діяльності Німеччини, виступають близькі партіям фонди. Серед них можна виділити: Фонд Конрада Аденауера (ХДС), Фонд імені Фрідріха Еберта (СДПН), Фонд імені Фрідріха Наумана (ВДП), Фонд імені Гайнріха Бьоля (Союз 90 / Зелені), Фонд імені Рози Люксембург (ПДС)¹⁰⁶.

Партійні фонди є найбільшими громадськими фондами в Німеччині і займають особливе місце серед німецьких неурядових організацій. Головним завданням фондів є зміцнення міжнародного співробітництва, просування демократичних цінностей в державах Центральної та Східної Європи, сприяння розвитку громадянського суспільства, а також підтримка політики європейської єдності та трансатлантичної співпраці. Надаючи допомогу у проведенні різного роду заходів за кордоном, фонди сприяють реалізації зовнішньої політики Німеччини у світі. А статус неурядових організацій дозволяє фондам мати більш широкий спектр можливостей у реалізації стратегічних завдань, ефективним чином впливати на зміцнення позицій ФРН в тій чи іншій державі і тим самим сприяти поліпшенню образу Німеччини за кордоном.

Серед наукових фондів великий внесок у формування позитивного образу Німеччини та німецької науки за кордоном вносить фонд імені Гумбольдта. З моменту свого утворення на початку ХХ ст. ця організація, залучаючи кращі уми в країну, займалася питаннями фінансування діяльності іноземних вчених в Німеччині. На сьогодні в сферу діяльності Фонду входить окрім підтримки талановитих іноземних вчених, здійснення міжнародних обмінів між науковими діячами та сприяння посиленню конкурентоспроможності німецької науки на міжнародній арені.

Важливий внесок у забезпечення інтересів Німеччини за кордоном

¹⁰⁶ Погорельская, С. В. Неправительственные организации и политические фонды во внешней политике Федеративной Республики Германии [Текст] / С. В. Погорельская. - М. : Наука, 2007. - С. 42.

вносять також такі організації, як товариство імені Макса Планка, що представляє собою мережу науково-дослідних організацій в галузі фундаментальних досліджень, Німецьке товариство зовнішньої політики (Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik), Берлінський фонд науки і політики (Stiftung Wissenschaft und Politik), Німецький фонд вивчення проблем миру (Deutsche Stiftung Friedensforschung), Гессенський фонд вивчення проблем миру і конфліктів (Hessische Stiftung Friedens und Konfliktforschung).

Церковні фонди, у свою чергу, впливають на просування цінностей Німеччини у світі, долучаючи народи інших країн до релігійних цінностей країни. Сюди відносяться: Католицький фонд академічних обмінів, Німецький національний комітет Лютеранського всесвітнього союзу, Благодійна служба Євангелічної церкви Німеччини та ін.

Завдяки діяльності корпоративних фондів реалізується підтримка німецької економіки, німецьких товарів. Тут досить назвати фонд Фольксвагена (Volkswagen Stiftung), фонд Роберта Боша (Robert Bosch Stiftung GmbH), фонд Даймлер-Бенц (Gottlieb Daimler and Karl Benz Foundation) та ін. Їх ініціативи носять приватний і незалежний характер, проте свою діяльність за кордоном вони, як правило, здійснюють спільно з посередницькими організаціями ФРН. Наприклад, фонд Р. Боша реалізує деякі програми спільно з Інститутом імені Гете¹⁰⁷.

Крім цього існує величезна кількість організацій і фондів, які також відіграють важливу роль у процесі формування повноцінного і актуального образу Німеччини в свідомості світової громадськості та сприяють посиленню міжнародного діалогу з іншими країнами: Фонд Веймарської класики (Klassik Stiftung Weimar), Союз німецької мови (Stiftung Deutsche Sprache), міжнародна допомога ЗМІ (Internationale Medienhilfe), Міжнародна асоціація засобів масової інформації, які здійснюють мовлення на німецькій

¹⁰⁷ Логинова, Н. А. Международная деятельность ФРГ в области развития культурного сотрудничества на примере работы организаций-посредников и политических фондов в 1990-2000 гг. [Текст] / Н. А. Логинова, Г. А. Нелаева // Современные научные исследования и инновации. – М. - Сентябрь, 2011. - №11. – С. 21-22.

мові (Internationalen Assoziation Deutschsprachiger Medien) та ін.

Незважаючи на те, що структурно і за своїм головним завданням німецькі фонди мало чим відрізняються один від одного, в діяльності кожного з них можна знайти специфічні особливості. Так, наприклад, Фонд Конрада Аденауера більше уваги приділяє обміну і зарубіжним поїздкам політиків і вчених, а Фонд імені Фрідріха Еберта активно займається соціологічними дослідженнями¹⁰⁸.

Аналіз організаційного механізму формування позитивного міжнародного іміджу ФРН свідчить про те, що у справі просування інтересів Німеччини на міжнародній арені беруть участь різні політичні інституції, які, тісно взаємодіючи між собою, утворюють ефективну злагоджену систему. При цьому варто відзначити координуючу роль МЗС ФРН у справі позиціонування іміджу Німеччини за кордоном, а також значення неурядових організацій. Підтримуючи контакти з культурними, громадськими, навчальними, зарубіжними організаціями і не маючи офіційних обмежень, вони сприяють зміцненню неформального співробітництва з аналогічними структурами в інших країнах.

2.3. Основні інструменти та ресурси формування міжнародного іміджу ФРН в умовах глобалізації

Розвиток інформаційних технологій спричинив низку глибоких змін у всіх сферах життєдіяльності суспільства. Традиційні методи, що сприяють розширенню впливу держави у світі, починають втрачати свою силу. Важливе значення набуває завоювання поваги з боку оточуючих, так як в міжнародному житті вага і престиж держави тепер багато в чому залежать від того, як вона оцінюється світовим співтовариством. У цих умовах формування позитивного іміджу країни відіграє особливу роль.

¹⁰⁸ Довідка : суспільно-політичні фонди Німеччини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dw.de/dw/article/0,,1655072,00.html>

На сучасному етапі все більш відчутним стає вплив засобів масової комунікації і громадської думки на процеси міждержавної взаємодії. Все частіше в науковій літературі можна зустріти такі поняття як „імідж” і „м'яка сила”, що вимовляються одночасно.

Під „м'якою силою” розуміють здатність держави домагатися бажаного від своїх партнерів на основі їх добровільної участі, а не за допомогою примусу¹⁰⁹.

„Імідж”, у свою чергу, є як інструментом, так і об'єктом „м'якої сили”. Грамотно сформований імідж країни – найважливіший фактор у справі просування національних інтересів, який сприяє динамічному розвитку держави, її економічному зростанню, зміцненню партнерських зв'язків

Спочатку „м'яка сила” піддавалася гострій критиці з боку консервативних політиків і економістів, які вважали такий спосіб дії неефективним, з причини неможливості гарантування силової переваги. Проте міжнародні оцінки іміджів країн у вигляді опитувань громадської думки продемонстрували високі результати застосування „м'якої сили”. Тому з часом експерти прийшли до ідеї використання інтегрованого підходу – розумного поєднання „м'якої” та „жорсткої сили”, що отримало назву „керованої сили” („smart power”)¹¹⁰.

У різних державах процес становлення методів та інструментів формування іміджу країни протікав по-своєму. Особливості формування іміджу Німеччини зумовлені специфікою розвитку німецької держави. Вони перейшли до неї у спадок від Пруссії, яка мала значний досвід з просування своїх цінностей за кордоном.

Сьогодні при формуванні свого образу як усередині країни, так і за її межами Німеччина враховує і використовує широкий набір інструментів і

¹⁰⁹ Най Дж. „Мягкая сила” и американо-европейские отношения [Текст] / Дж. Най // Альманах «Восток». - Выпуск № 5 (41), декабрь 2006 г. - С. 13.

¹¹⁰ Schwann A. Werbung statt Waffen. Wie strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik veraendert. - VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. - S. 132-133.

методів з різних областей: політики (зарубіжний лобізм); економіки (просування національних товарів), соціології (вплив на міжнародні рейтинги) і т. п.

Майже з самого початку утворення Німеччини в справі просування образу країни, її ідей і цінностей особливу роль відігравала зовнішня політика в галузі культури та освіти.

Вперше поняття „зовнішня політика в галузі культури” у Німеччині було введено в науковий обіг в 1912 р. істориком-економістом К. Лампрехтом. Пізніше рейхсканцлер Т. Бетман Гольвег в листі К. Лампрехту писав: „Я поділяю Вашу впевненість у важливості та необхідності проведення зовнішньої політики в галузі культури. Я не недооцінюю ту користь, яку політика та економіка Франції витягує з цієї культурної пропаганди і ту роль, яку британська культурна пропаганда грає в підтримці світової імперії. Якщо Німеччина має намір проводити світову політику, вона також повинна йти цим шляхом...”¹¹¹.

Проте, незважаючи на можливості зовнішньої культурної політики, в XIX і першій половині XX ст. основу зовнішньополітичного курсу Німеччини становив силовий фактор. Поразка у Другій світовій війні змусила Німеччину переглянути методи впливу на міжнародній арені і перейти до використання інших засобів не лише для просування свого іміджу за кордоном, а й для повернення довіри німецьких громадян і світової спільноти, нейтралізації негативного образу в світі за рахунок подолання тоталітарного минулого, розвитку високих технологій, культури, науки.

Вже в 1950 р. керівник департаменту культури в Міністерстві закордонних справ ФРН Д. Заттлер назвав культуру третьою сценою світової політики, на якій поряд з дипломатичною і економічною також відбуваються важливі події. Пізніше, в 1967 р., В. Брандт охарактеризував зовнішню політику в галузі культури в якості „третього стовпа” сучасної зовнішньої

¹¹¹ Arnold H. Kulturexport als Politik? Aspekte auswaertiger Kulturpolitik. - Tuebingen- Basel. Erdmann. - 1976. - S. 14.

політики Німеччини.

Сьогодні культура продовжує грати одну з найважливіших ролей у зовнішній політиці Німеччини поряд з такими сферами, як політика і економіка. Зовнішня культурна політика є однією з констант німецької дипломатії, яка зберігає спадкоємність з курсом попередніх десятиліть і є одним з важливих інструментів формування позитивного іміджу Німеччини за кордоном¹¹².

Основні завдання з просування німецьких ідей і цінностей викладені в новій зовнішньополітичній Концепції 2011 р. „Зовнішня політика в галузі культури та освіти в часи глобалізації”. Їх суть полягає у підтриманні миру, запобіганні конфліктів, сприянні поширенню громадянських прав і свобод, у зміцненні колишніх партнерських відносин і налагодженні нових, в посиленні позицій Європейського Союзу. При цьому важливо зазначити, що якщо спочатку зовнішня культурна політика розглядалася тільки як інформаційно-пропагандистський засіб просування інтересів країни у світі, то з часом культурна політика стала також і двигуном розвитку інших сфер, зокрема, економіки.

В якості одного із засобів популяризації образу Німеччини у світі також розглядається публічна дипломатія. Особлива увага приділяється інформуванню міжнародної громадськості, роз'ясненню зарубіжній аудиторії основних напрямів державної політики і офіційної позиції ФРН щодо важливих подій внутрішньополітичного та міжнародного життя.

Вперше поняття „публічна дипломатія” було введено колишнім американським дипломатом, послом США в Конго (1961-64 рр.) Е. Галліоном в 1965 році.

Публічна дипломатія – це комплекс заходів, спрямованих на вибудовування довгострокових відносин, на захист національних інтересів країни і на покращення розуміння інститутів власної держави, її цінностей і

¹¹² Auswaertiges Amt [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.auswaertiges-amt.de/DE/AAmt/AuswDienst/Aufgaben_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/AAmt/AuswDienst/Aufgaben_node.html)

національної ідентичності за кордоном, сприяючий тим самим і поліпшенню іміджу країни. У свою чергу, німецький дипломат Р. Шлагетер назвав публічну дипломатію способом управління репутацією країни¹¹³.

Просування іміджу засобами публічної дипломатії включає в себе підготовку інформаційних матеріалів, в тому числі друкованої (газети, журнали, книги, брошури), аудіо - (іномовлення) і відеопродукції про країну та їх розповсюдження за кордоном, як по дипломатичних каналах, так і в глобальній мережі Інтернет.

Станом на 2014 р. в Німеччині видається близько 373 газет, функціонує 17 публічно-правових і 14 приватних телеканалів, 12 публічно-правових та 20 приватних радіостанцій¹¹⁴. В країні щорічно виходить близько 1,5 тис. журналів для широкої публіки і 4 тис. спеціалізованих журналів, деякі з них друкуються на декількох мовах (Der Spiegel). Проте останнім часом перевага аудиторії все більше віддається Інтернет-простору. У зв'язку з цим багато відомих видань і телеканалів створили і електронні версії.

ЗМІ, сприяючи політичній соціалізації, свідомій участі та політичній діяльності громадян країни в якості виборців, членів партії або громадських рухів, усвідомленню ними своїх інтересів, засвоєнню норм демократичного суспільства, розумінню соціальних і політичних взаємозв'язків, також є інструментом політичної освіти.

Правову основу державної інформаційної політики становить „Основний закон” (Конституція) від 23 травня 1949 р., однак на рівні федеральних земель інформаційна політика здійснюється на базі державних договорів між землями, а також законодавства земель про пресу, про організацію публічно-правових та про регулювання приватних телерадіокомпаній¹¹⁵.

¹¹³ Schwann A. Werbung statt Waffen. Wie strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik veraendert. - VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. - S. 38.

¹¹⁴ Інститут ім. Гете [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.deutschland.de.

¹¹⁵ Основной закон Федеративной Республики Германии // Конституции зарубежных государств.-М. : БЕК, 1997. - С. 153-230.

¹¹⁶ Федакин, А. В. Зарубежный опыт политики формирования позитивного образа государства: сравнительный анализ теории и практики [Текст] / А. В. Федакин. - М. : Библиогр., 2009. - С. 139.

У Німеччині свобода слова є конституційно-закріпленим принципом. П'ята стаття „Основного закону” говорить: „Кожен має право вільно висловлювати і поширювати свою думку усно, письмово і за допомогою зображення, а також без перешкод отримувати інформацію із загальнодоступних джерел... Цензури не існує”. Разом з тим абсолютної об'єктивності у висвітленні подій немає. Аналіз німецьких джерел показує, що офіційна влада Німеччини, незважаючи на існуюче кліше про незалежність ЗМІ, має великі можливості впливу на пресу.

Окрім цивільних інструментів впливу Німеччина використовує і військові. З метою поліпшення іміджу бундесверу надається воєнно-політичне інформування, здійснюване федеральним канцлером і міністерством оборони¹¹⁶.

Не менш важливим методом формування образу країни є поширений на Заході національний брендинг. Вперше це поняття було вжито в сфері маркетингу. У 1990-ті р.р. піар-агентства стали радити країнам цілеспрямовано покращувати свій імідж за допомогою створення брендів і бренд-комунікацій задля конкуренції з іншими державами за інвестиції, туристів і „кращі голови” (перспективи). Основною метою брендингу є створення чіткого позитивного іміджу країни у світі. Ефективний національний брендинг дає як політичний, так і економічний результат: з одного боку, завдяки переконливій і стратегічно вибудованій презентації країни за кордоном гарантується безпека місцевості (регіону), залучаються інвестори і перспективні фахівці і поліпшується експорт, з іншого боку, національний брендинг допомагає полегшити розповсюдження своїх цінностей на геополітичному просторі.

Німеччина активно використовує цей засіб для популяризації свого образу за кордоном. Одним із прикладів просування іміджу країни шляхом

національного брендингу є проект „Німеччина - це ти”. Його мета – підвищення самооцінки у населення та стимулювання громадської активності. Кампанія проходила за участю федерального уряду, провідних медіа корпорацій і двадцяти п'яти найбільших структур мас-медіа, і координувалася концерном „Bertelsmann AG”. В ході акції були задіяні друковані, електронні ЗМІ, відомі в Німеччині особистості. Іншим прикладом може служити піар-кампанія „Німеччина - країна ідей”, організована федеральним урядом під патронажем президента Хорста Келера під час Чемпіонату світу з футболу в 2006 році. Проект „Німеччина - країна ідей” апелював до позитивних асоціацій, пов'язаних з ФРН. Організатори кампанії намагалися закріпити за Німеччиною імідж центру інновацій і винаходів і залучити більшу кількість іноземних інвесторів¹¹⁷.

Починаючи з 2000 р., у Німеччині щороку проводяться комплексні заходи, присвячені одному з напрямків науки: „Рік фізики 2000”, „Рік природничих наук (2001)”, „Рік географічних наук (2002)”, „Рік хімії (2003)”, „Рік технічних наук (2004)”, „Рік Ейнштейна (2005)”, „Рік інформатики (2006)”, а 2009 рік був оголошений роком науки в цілому. Таким чином, третьою важливою сферою зовнішньої політики ФРН в галузі культури та освіти є наука¹¹⁸.

Усвідомлення важливості підтримки та розвитку цієї області прийшло під час світової фінансово-економічної кризи, коли через брак у Німеччині корисних копалин була піднята проблема розвитку інтелектуального потенціалу країни. Дефіцит висококваліфікованих кадрів, наприклад, в інженерній, медичній областях посилив необхідність у залученні в країну фахівців з-за кордону і привів до того, що Німеччина вийшла на третє місце в світі за кількістю іноземних студентів після США і Японії. При цьому в Німеччині розраховують на те, що досягнувши певних кар'єрних висот у

¹¹⁷ Black G. C. Integrierte Kommunikation am Beispiel des Einsteinjahres 2010. Das Wissenschaftsjahr des Bundesministeriums fuer Bildung und Forschung II Regierung - PR. Oeffentlichkeitsarbeit von Bundesregierung und deren Beratern / Koehler M. M., Schuster Ch. II., 2011. - S 223.

¹¹⁸. Там само. - С. 231.

політиці, економіці та науці, іноземні випускники німецьких вузів і колишні стипендіати її фондів, будуть сприяти просуванню німецьких ідей у світі.

Отже, для просування образу ФРН за кордоном як відкритого, демократичного, соціального суспільства, для зміцнення своїх позицій на світовій арені і вирішення стратегічних завдань Німеччина використовує багатий арсенал засобів і методів (суспільну дипломатію, національний брендинг, стратегічну комунікацію, піар-технології і т. п.). Однак реалізація цих планів, організація та фінансування проектів були б неможливі без активної підтримки з боку різних органів державної влади, їх помічників і посередників.

Висновки до розділу 2

Усі методи та інструменти формування міжнародного іміджу країни, що застосовувалися Німеччиною на різних етапах історичного розвитку, наразі досить ефективно адаптувалися до нових реалій.

Особлива увага приділяється вирішенню проблем національної ідентифікації. Її формування червоною ниткою проходить через усю історію німецької держави і, будучи базовим елементом внутрішнього іміджу країни, є визначальним чинником у системі взаємодії внутрішнього і зовнішнього іміджів. Вирішення завдань зовнішньої культурної політики країни досягається за рахунок чіткої організації роботи усіх задіяних у процесі державних і недержавних органів і структур Німеччини при координуючій ролі МЗС ФРН.

Головним завданням сучасної зовнішньої політики ФРН в галузі культури та освіти є прагнення з її допомогою створити образ відкритої усьому світу країни, що надає партнерам можливості для співпраці. Країни, яка з почуттям власної гідності відстоює свої цінності і позиції у світі, сприяє взаєморозумінню між народами і тим самим робить внесок у справу модернізації та інтернаціоналізації, у тому числі і в самій Німеччині.

РОЗДІЛ 3

ПОЗИЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ФРН В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

3.1. Формування міжнародного іміджу ФРН в країнах Європейського Союзу і в США

Сьогодні світ знаходиться в постійному динамічному розвитку. Це, зокрема, проявляється у вигляді ускладнення соціальних, політичних та інших процесів. Кількість акторів, що претендують на активну участь у світовій політиці, зростає. Це, у свою чергу, посилює конкуренцію за право лідерства на міжнародній арені. Така ситуація, як зазначено в „Концепції зовнішньої політики у сфері культури, освіти і науки ФРН 2011 р.”¹¹⁹, може в найближчі роки призвести до зниження ролі нинішніх глобальних і регіональних лідерів, у тому числі Німеччини, в світовому політичному процесі. Як зазначено в документі, до 2050 року в зв'язку з серйозним економічним зростанням таких країн, як Китай, Бразилія, Росія та ін., Німеччина може втратити статус економічного гіганта. Тому для ФРН вкрай важливо зберегти свій вплив у світі. Цьому має сприяти її позитивний імідж за кордоном. Саме тому ФРН особливу увагу приділяє не лише підтриманню тісних взаємин з традиційними партнерами (країнами Європейського Союзу та США), але й встановленню нових контактів з новими індустріальними країнами і використанню багатого арсеналу методів і засобів культурного впливу на них.

Євросоюз представляє першочерговий інтерес для ФРН. Це зумовлено не лише географічними та геополітичними чинниками. У Європейському Союзі проживає близько семи відсотків населення планети, в той час як частка імпорту та експорту ЄС в торгівлі становить 20%. Приблизно стільки ж відсотків усіх миротворчих сил ООН припадає на ЄС,

¹¹⁹ Auswaertiges Amt. Auswaertige Kultur- und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung - Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.auswaertiges.amt.de/cae/servlet/contentblob/595030/publieationFile/161962/AKBP-Konzeption-2011.pdf.

включаючи поліцейські формування і міжнародних спостерігачів. Разом з тим, важливо звернути увагу на роль самої Німеччини, яку вона відіграє в Європейському Союзі. Так, за даними Світової організації торгівлі, за 2013 р. експорт товарів ФРН в ЄС становив 1472.280 млрд дол.. Це значно перевищує показники інших країн членів Європейського союзу¹²⁰. Вже виходячи тільки з цих даних, можна зрозуміти, наскільки сильні позиції Німеччини в ЄС.

Виступаючи за європейську інтеграцію, керівництво країни, її політична еліта і раніше чудово усвідомлювали і продовжують усвідомлювати ті можливості, які відкриваються перед Німеччиною в ЄС. Тому свого часу німці пішли на відмову від своєї колишньої, однієї з найстабільніших в той час валюти – німецької марки і, певною мірою, від своєї німецької ідентичності на користь європейської. У свою чергу, це дозволило вирішити ряд важливих питань, що хвилювали німців довгі роки, і зміцнити позиції Німеччини на міжнародній арені. На цьому тлі прагнення ФРН в умовах затяжної світової кризи взяти на себе, поряд зі своїми партнерами Францією, Італією, Іспанією, Польщею та іншими країнами ЄС, особливу відповідальність за збереження проекту „Європа” набуває особливого змісту, який стає більш зрозумілим при детальному аналізі перспектив розвитку Німеччини у разі припинення існування ЄС.

Так, в плані Міністерства закордонних справ ФРН з питань європейської комунікації 2012 р. зазначено, що в разі реалізації негативного сценарію і розпаду Союзу вже в 2025 р. Німеччина втратить свої позиції на міжнародній арені¹²¹. Прогнозується, що в разі браку коштів вона не зможе проводити ефективну зовнішню, в тому числі культурну, політику в світі. Це, у свою чергу, призведе до того, що Німеччина буде втрачати вплив як у Європі, так і в інших регіонах світу. До того ж розпад єврозони посилить конкуренцію між європейськими країнами, а згодом може спровокувати нові

¹²⁰ Германия. Вызовы XXI века / под ред. В.Б. Белова. - М. : Весь Мир, 2014. - С. 647-649.

¹²¹ Auswaertiges Amt. Ein Konzept fuer die Europa-Kommunikation 2012. – S. 6. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www-amt.de/cae/servlet/contentblob/610174/publicationFile/165145/120229_Strategie_Europakommunikation.pdf.

конфлікти і відкриє дорогу іншим державам, які претендують на лідируючі позиції в світовій політиці, що значно зменшить шанси ФРН на перспективний розвиток. Усвідомлення можливих наслідків розпаду Союзу змушує Німеччину незалежно від складу уряду продовжувати усіма силами стабілізувати ситуацію в ЄС задля збереження за собою ролі „локомотива та інтеграційного ядра” у цьому регіоні.

Цікавим є той факт, що один з основних засобів збереження зони євро і, відповідно, свого впливу в регіоні Німеччина бачить у формуванні позитивного образу Європейського Союзу у населення країн-членів. Справа в тім, що за результатами опитувань громадської думки, проведених американським центром Пью (Pew Research Center,) в середині квітня 2012 р. і представлених на сайті Міністерства закордонних справ ФРН, тільки кожен третій громадянин ЄС позитивно оцінює вплив економічного об'єднання для своєї країни. Більша частина населення, навпаки, вважає, що європейська інтеграція негативним чином позначилася на їхніх національних економіках. Негативний образ ЄС особливо поширений в Греції (70%), у Франції (63%), Великобританії (61%), Італії (61%), Чеській Республіці (59%) та Іспанії (50%). Більш того, за результатами досліджень Алленсбахського університету, проведених раніше (квітень 2011 р.), 67% німців не мають або мають вкрай низький рівень довіри до ЄС¹²². Тому, як зазначено в „Стратегії європейської комунікації 2012” Міністерства закордонних справ ФРН, формуванню позитивного образу ЄС як у самій Німеччині, так і в інших країнах Європейського союзу має бути приділена особлива увага з метою переконання громадян у необхідності збереження єврозони і роз'яснення позитивних сторін спільного розвитку, що дозволяє країнам-членам досягти загального процвітання. Німецькі фахівці переконані, що паралельне формування позитивного образу Німеччини і ЄС буде тільки сприяти завоюванню довіри з боку громадян ЄС до європейської політики Німеччини.

¹²² Там само.

В якості основних завдань Німеччини в іміджевій сфері на території ЄС офіційно визначені: зміцнення довіри до Німеччини серед її європейських сусідів; роз'яснення проекту „Європа” у світі; просування проєвропейської установки в Німеччині¹²³.

Переходячи до розгляду основних механізмів формування позитивного іміджу ФРН в Євросоюзі, слід наголосити на зростанні інтенсивності міжкультурних відносин в ЄС в останні роки. Активна культурна політика ведеться в усіх напрямках. Набагато активніше, ніж з іншими країнами світу, розвивається молодіжний обмін, театральне і музичне співробітництво, розширюються студентські та наукові контакти. Значним є і представництво німецьких посередницьких організацій у цьому регіоні. Тільки Інститут Гете має в країнах Євросоюзу понад 32 представництв і 25 зарубіжних шкіл з вивчення німецької мови.

Одним з найважливіших елементів стратегії формування іміджу ФРН в ЄС є створення мережевих товариств між партнерами, федеральним урядом і громадянським суспільством в Німеччині і в Євросоюзі. Це говорить про те, що формування іміджу Німеччини в ЄС розглядається МЗС у якості інструменту розбудови діалогу між усіма акторами. При цьому важливим аспектом є не тільки роз'яснення суті німецької політики в ЄС і зниження розбіжностей і непорозумінь, а й прагнення мінімізувати вплив коаліцій, що знову виникають, проти гегемонії Німеччини в ЄС.

Для досягнення поставленої мети в МЗС ФРН визначено декілька напрямків:

- ефективного використання усього наявного арсеналу засобів з просування позитивного іміджу країни;
- забезпечення більш тісної координації роботи посольств, генеральних консульств, прес-бюро та інших зарубіжних представництв з політиками, журналістами та представниками громадянського суспільства по

¹²³ Auswaertiges Amt. Ein Konzept fuer die Europa-Kommunikation 2012. - S. 7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www-amt.de/cae/servlet/contentblob/610174/publicationFile/165145/120229_Strategie_Europakommunikation.pdf.

всьому ЄС;

- розширення мережі закордонних представництв, які завдяки своїй роботі в медійному просторі, за рахунок проведення конфіденційних переговорів та зв'язків з громадськістю, виступають рупором німецької політики в єврозоні;

- покращення фінансування комунікаційної роботи міжнародних представництв і німецьких організацій посередників як з європейськими, так і з німецькими партнерами зі сфер економіки, науки, культури і т. п.;

- посилення координації між основними акторами, що формують імідж ФРН у світі;

- залучення все більшої кількості представників європейських ЗМІ та інстанцій, наділених функціями прийняття рішень;

- активізація роботи з проведення спеціальних курсів для представників преси та уповноважених у справах Європи на тему „Боргова криза ЄС” в німецьких посольствах в країнах єврозони;

- системна робота зі ЗМІ в європейських країнах-партнерах. Тільки за останні місяці з'явився ряд газетних статей, інтерв'ю та блогів федерального міністра закордонних справ ФРН на тему стабілізації і конкуренції в ЄС¹²⁴.

Важливо зазначити, що в рамках формування іміджу ФРН в Європі і по всьому світу в якості пріоритетної цільової аудиторії визначена молодь. Щоб привернути увагу молоді, використовується методика проектування систем Web 2.0, що включає проекти та сервіси, які активно розвиваються і покращуються завдяки самим користувачам (блоги, соціальні мережі, wiki і т. д.). Ведення діалогу з молодим поколінням в Європі є основним напрямком стратегії європейської комунікації МЗС ФРГ. Міністерство закордонних справ ФРН підтримує такі мережеві товариства, як „Європейський рух Німеччина”, „Переконані європейці”, які є об'єднаннями груп за інтересами у різних сферах життєдіяльності держави, і шляхом

¹²⁴ Ausvvaertiges Amt. Ein Konzept fuer die Europa-Kommunikation 2012. - S. 9-10 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www-amt.de/cae/servlet/contentblob/610174/publicationFile/165145/120229_Strategie_Europakommunikation.pdf.

організації кампаній та заходів просувають позитивний образ єдиної Європи у громадян ЄС. За оцінкою німецьких фахівців, це дозволяє одночасно поліпшити європейську комунікацію і посилити позиції Німеччини в Європейському союзі.

Наразі імідж Німеччини в Європейському союзі в цілому є досить позитивним, в основному завдяки високому коефіцієнту працездатності нації і низькому рівню корупції в країні. Необхідно також зазначити, що на формування позитивного образу Німеччини в ЄС великий вплив має та роль, яку Німеччина взяла на себе в ході боргової кризи в ЄС.

Так, незважаючи на поширений стереотип про негативне ставлення до німців у Франції, за результатами проведеного в січні 2014 р. Інститутом політичних досліджень IFOP опитування, 82% з 1005 опитаних французів охарактеризували імідж Німеччини як позитивний, з них 62% оцінили його як дуже позитивний. При цьому у більшості громадян Франції основними асоціаціями, пов'язаними з Німеччиною, є (у зворотньому порядку): суворість, Меркель, дисципліна, робота, сила, Європа, Гітлер, Берлін, промисловість, пиво, мерседес¹²⁵.

У цілому відзначається низький відсоток негативних асоціацій по відношенню до ФРН. Період 1939-1945 рр. вже не знаходить такого помітного відображення у свідомості французів. Більше того, парадоксальним є те, що населення старше 65 років асоціює Німеччину з війною в рази менше (11%), ніж громадяни до 35 років (30%)¹²⁶. Це, у свою чергу, може бути зумовлено двома основними причинами: інформаційною політикою в країні по відношенню до ФРН в той чи інший відрізок часу і ступенем активності просування іміджу Німеччини у Франції.

Значна роль у налагодженні франко-німецьких відносин відводиться культурній складовій. Саме культурна взаємодія Франції та Німеччини, в основі якої лежить укладений у 1963 р. Єлисейський договір (Elysee-Vertrag)

¹²⁵ Федякин, А. В. Зарубежный опыт политики формирования позитивного образа государства: сравнительный анализ теории и практики [Текст] / А. В. Федякин. - М., 2009. - С. 191.

¹²⁶ Там само. – С. 193.

про взаємне співробітництво, сьогодні є двигуном гуманітарних зв'язків в Європі. Завдяки цьому договору були закладені основні складові культурних відносин обох країн, серед яких молодіжна та освітня сфери. З тих пір взаємодія Франції та Німеччини в галузі культури вирізняється високою інтенсивністю. З 1988 р. функціонує німецько-французька культурна рада. У 2001 р. у Франції стартувала програма з просування німецької мови. Активну мовну політику проводить і Інститут ім. Гете. Щорічно 150 тис. студентів здійснює поїздки за обміном до Німеччини та Франції. Значну роль у розвитку відносин Берліна та Парижа відіграє німецько-французький форум, який щорічно проходить восени в Страсбурзі, і який сприяє діалогу між студентами, вищими навчальними закладами та підприємствами обох країн¹²⁷.

Такі позитивні іміджеві показники можна спостерігати не у всіх європейських країнах. Наочним прикладом тому може бути Великобританія. На думку політолога Б. Федякіна, центральною проблемою, яку необхідно подолати при формуванні позитивного образу Німеччини у Великобританії, досі залишається зв'язок з історичним минулим – Другою світовою війною і діями нацистського режиму. Особливо гостро ця проблема постала після об'єднання Німеччини та посилення її позицій на міжнародній арені. Наведені вченим результати досліджень громадської думки у Великобританії в 2000 р. свідчать про те, що на той момент у свідомості британців Німеччина ніяк не асоціювалася з країною філософів, поетів і композиторів. Незважаючи на заходи, вжиті Інститутом ім. Гете в тому ж році (проведення лекцій і виставок майже в 4 тис. британських шкіл) стверджувати, що кампанія увінчалася успіхом, немає підстав. Опитування громадської думки не показали істотних змін у свідомості англійців¹²⁸.

Однак, незважаючи на конкурентний характер німецько-британських

¹²⁷ Auswaertiges Amt. Auswaertige Kultur- und Bildungspolitik, 2003. - S. 62-65 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://www.auswaertige.amt.de/cae/servlet/contentblob/382838/publicationFile/4286/AKBPolitik.pdf>

¹²⁸ Федякин, А. В. Зарубежный опыт политики формирования позитивного образа государства: сравнительный анализ теории и практики [Текст] / А. В. Федякин. - М., 2009. - С. 197-198.

відносин в ЄС, який породжує прагнення британського керівництва до культивування певної недовіри до ФРН, в цілому за останні роки образ Німеччини в цій країні змінився в позитивну сторону. Багато в чому це пов'язано з приходом до влади великої коаліції ХДС / ХСС, в результаті чого послідувало коригування зовнішньополітичного курсу ФРН у бік посилення трансатлантичного співробітництва, що певною мірою сприяло інтенсифікації відносин з Англією і поліпшенню образу Німеччини в цій країні. Іншим не менш важливим фактором є активізація зовнішньої культурної політики ФРН в Європі в цілому. Офіційний Берлін став більше приділяти увагу формуванню довгострокових концепцій, а ніж проведенню короткострокових піар-кампаній, які дають тимчасовий ефект. У цьому контексті показовим прикладом може служити кампанія „Німеччина - країна ідей”, в результаті якої багато англійців по-іншому поглянули на ФРН, чий образ став більш повним і сучасним. У 2010 р. у Великобританії стартувала кампанія з просування німецької мови „Думай по-німецьки”. За даними німецьких експертів, з урахуванням того, що в англійських школах проводиться політика скорочення вивчення іноземних мов, в цілому кількість людей, що вивчають німецьку мову продовжує скорочуватися¹²⁹.

Великобританія є не єдиною країною, де імідж Німеччини залишає бажати кращого. В якості іншого прикладу можна навести Грецію, де боргова криза ЄС та ініційована Берліном політика „затягування пасків” зробили негативний вплив на образ Німеччини в свідомості громадян. Населення Греції звинувачує керівництво ФРН в прагненні використовувати кризу для домінування в Європейському союзі.

Таким чином, усе це ще раз підтверджує тезу про те, що імідж країни багато в чому залежить як від специфіки взаємовідносин між конкретними країнами, від політичних установок в країні формування образу, так і від поточних політичних подій, що, в свою чергу, відображає мінливий характер

¹²⁹ Crawford C. KAS Auslandsinformationen. Die Beziehungen zwischen Grossbritannien und dem wiedervereinigten Deutschland. - 2010. - S. 101. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.kas.de/wf/doc/kas_20396-544-1_-30.pdf?!00831131442.

категорії „імідж країни” як такої.

У цілому, слід відзначити інтенсивний характер просування образу Німеччини в Євросоюзі. Це відбивається в різноманітті використовуваних німцями засобів і механізмів для популяризації своїх цінностей, в кількості представництв ФРН в Європі і т. п. Слід також зазначити, що інтерес німецького керівництва до Європи проявляється і в сумі витрачених коштів на різні культурні програми та проекти у цьому регіоні. Ця сума становить менше чверті від загального бюджету зовнішньої культурної політики ФРН¹³⁰.

Іншим пріоритетом німецької зовнішньої політики і важливим напрямом формування позитивного іміджу ФРН у світі є вибудова відносин зі Сполученими Штатами Америки. Це зумовлено в першу чергу політичними, торгово-економічними, а також військово-стратегічними інтересами Німеччини. Значне місце серед такого роду інтересів займають: співпраця у сфері безпеки (НАТО), прагнення ФРН стати постійним членом Ради Безпеки ООН, спільна боротьба з тероризмом, участь ФРН в процесі демократизації країн Північної африки. Необхідно врахувати, що США також є найважливішим трансатлантичним торговим партнером ФРН. Тісна співпраця з США безумовно впливає на посилення позицій як в глобальних масштабах, так і в окремих регіонах, включаючи ЦСЄ.

Історія міждержавних контактів Німеччини та США налічує трохи більше півтора століть, і тим самим дає підстави деяким вченим говорити про необтяженість німецько-американських зв'язків, на відміну від, наприклад, німецько-британських, німецько-французьких, німецько-польських або німецько-російських відносин. Проте, ці відносини носять досить суперечливий характер. Так, розв'язання Берліном обох світових воєн наприкінці минулого століття в значній мірі підірвало образ

¹³⁰ Auswaertiges Amt. Ein Konzept fuer die Europa-Kommunikation 2012. - S. 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www-amt.de/cae/servlet/contentblob/610174/publicationFile/165145/120229_Strategie_Europakommunikation.pdf.

¹³¹ Германия. Вызовы XXI века / под ред. В.Б. Белова. - М. : Весь Мир, 2009. - С. 221..

„добропорядного німця”, що панував в американській свідомості ¹³¹. І донині мілітариське продовжує жити у свідомості багатьох американців. Однак поетапне вбудовування ФРН в систему західної демократії і значний вплив американців на формування молодіжної культури в Західній Німеччині, а згодом і на інші соціальні верстви об'єднаної країни, зумовило тісну співпрацю між обома державами і дозволило поступово сформувати в американців уявлення про сильну демократичну Німеччину.

Говорячи про сучасний образ Німеччини в США, необхідно знову відзначити подієвий характер категорії „іміджу країни”. Так, якщо на початку 2000 р. на тлі виниклих протиріч з приводу війни в Іраку, рівень іміджевих показників Німеччини в США був низьким, то з приходом в 2005 р. до влади великої коаліції і з моменту вступу А. Меркель на посаду канцлера ФРН, розпочинається період нормалізації та інтенсифікації німецько-американських відносин. Зміна атмосфери, що настала у взаєминах лідерів двох країн безсумнівно сприяла пошуку конструктивних шляхів вирішення накопичених проблем (зокрема, в період канцлерства Г. Шредера), у двосторонніх і – у в більш ширшому контексті – відносинах між ЄС і США ¹³². Це знайшло своє відображення і в активній участі ФРН в планах США з просування демократії в усьому світі. В останні роки ми можемо спостерігати значне зростання іміджевих показників Німеччини в США, чому певною мірою сприяли тісне політичне і економічне співробітництво обох країн з одного боку і позитивна установка американських ЗМІ щодо Німеччини з іншого.

Так, за даними дослідження стереотипів про Німеччину в американській медіакартині світу, проведеного Е.Е. Коптяковим, на сучасному етапі ФРН позиціонується в засобах масової інформації США в якості економічно розвиненої демократичної країни, що повною мірою знаходить своє відображення в суспільній свідомості американців. Те, що

¹³² Там само. - С. 278.

саме економічний аспект німецького іміджу домінує у свідомості громадян, на думку експертів також зумовлено тією роллю, яку Німеччина взяла на себе в ході подолання кризових явищ в ЄС.

Дослідження американської консалтингової компанії „Frank N. Magid Associates”, проведені в 2009 р.¹³³ і результати репрезентативного опитування громадської думки, оприлюднені представництвом ФРН у Вашингтоні, в квітні 2014 р., підтверджують факт зростання популярності Німеччини в США¹³⁴.

Крім політичної та економічної сфери тісну співпрацю між США і ФРН можна спостерігати і в галузі культури. Щорічно німецький МЗС витрачає на заходи в США приблизно шість відсотків від суми всіх витрат на зовнішню культурну політику, що перевищує витрати на інші країни¹³⁵. Німеччина намагається задіяти весь спектр своїх можливостей, акцентуючи увагу на провідній ролі Берліна в Європейському союзі. Один тільки Інститут ім. Гете має сім представництв на території США. Проте, незважаючи на досить позитивний образ, солідний бюджет і активність німецьких представництв у просуванні своїх інтересів у цьому регіоні, відсоток вивчення німецької мови в Сполучених Штатах в порівнянні з французькою та іспанською мовами, як і раніше, нижчий і поки знаходиться на одній позиції з китайською. На думку німецьких експертів, як і у Великобританії, це, в першу чергу, пов'язано з тим, що в американській системі освіти вивчення другої іноземної мови носить загальний характер. Тільки 20% школярів і приблизно 50% студентів вивчають другу іноземну мову¹³⁶. Дана обставина ускладнює завдання з популяризації німецької мови та німецьких цінностей у США і змушує Німеччину вдаватися до інших методів впливу – політичних та економічних.

¹³³ Deutschland wird bei US-Buergern immer beliebter [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.welt.de/politik/deutschland/article6616924/Deutschland-wird-bei-US-Buergern-immer-beliebter.html.

¹³⁴ Там само.

¹³⁵ Auswaertiges Amt. Auswaertige Kultur- und Bildungspolitik [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/382838/publicationFile/4286/AKWPolitik.pdf>.

¹³⁶ Deutschland wird bei US-Buergern immer beliebter [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.welt.de/politik/deutschland/article6616924/Deutschland-wird-bei-US-Buergern-immer-belie.

Особлива увага також приділяється довготривалим проектам. Так, в 2011 р. стартувала спільна німецько-американська піар-кампанія „У німецький”, кінцевою метою якої є залучення більшої кількості громадян США до мови і культури Німеччини. При цьому основний акцент робиться на економічній складовій іміджу ФРН, її лідерства в ЄС¹³⁷.

На завершення слід сказати, що і в Європейському союзі, і в США на сьогодні склався позитивний образ Німеччини. Така ситуація є сприятливою для реалізації національних інтересів ФРН у світі. Окрім того, з аналізу доктринальних документів видно, що підтримка співпраці з Європейським союзом і США, як і раніше, залишається важливим завданням зовнішньої політики ФРН. Проте, в останні роки намітилися і нові тенденції, які зумовлені активізацією у світовому політичному процесі інших суб'єктів, зокрема, країн БРІКС, що робить формування позитивного образу ФРН необхідним і в цих країнах.

3.2. Особливості формування міжнародного іміджу ФРН в країнах третього світу

На сучасному етапі формування привабливого іміджу ФРН в країнах третього світу є одним з інструментів реалізації зовнішньої культурної політики Німеччини, яка дає їй можливість посилити свій вплив у цих державах. Такий висновок можна зробити на основі результатів аналізу основних положень зовнішньокультурної концепції ФРН, що вийшла в 2011 році¹³⁸.

Формування політики Німеччини стосовно країн третього світу бере свій початок в період правління К. Аденауера (1949-1963 рр.). Спершу ця діяльність відзеркалювала прагнення ФРН розширити свої зовнішньополітичні контакти і тим самим заявити про себе, як про

¹³⁷ Там само.

¹³⁸ Auswaertiges Amt. Auswaertige Kultur- und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung - Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/econtentblob/595030/publicationFile/161962/AKBP-Konzeption. - 2011 pdf.

самостійний суб'єкт міжнародних відносин. Однак в силу об'єктивних причин говорити про самостійний курс стосовно цієї категорії країн не було підстав. У першу чергу це пояснюється тим, що аж до середини 1950-х рр. ФРН, як переможена держава не мала достатніх міжнародних прав для проведення незалежної зовнішньої політики і перебувала під „опікою” Сполучених Штатів Америки. Тому те, що зовнішньополітичні інтереси ФРН на той час були сконцентровані в основному у двох напрямках (європейському та атлантичному), і те, що головні стратегії просування образу ФРН (зокрема, економічна стратегія розвитку країн третього світу, що безпосередньо впливає на імідж ФРН в цьому регіоні), підкорялися зовнішньополітичним доктринам Заходу, було цілком природним¹³⁹.

З часом роль країн, що розвиваються, у зовнішній політиці ФРН поступово збільшувалася. Однією з причин посилення цієї ролі в політиці ФРН стала інституціоналізація так званої політики розвитку. У 1961 р. було створено Міністерство економічного співробітництва та розвитку (МЕСР), одним з завдань якого є регулювання політики Німеччини стосовно країн, що розвиваються. В компетенцію міністерства входить не лише економічна, а й політична і соціальна сфери. Міністерство також вирішує такі важливі для іміджу Німеччини питання, як фінансування діяльності неурядових організацій, фондів, різних програм, підтримка молодих вчених, вручення стипендій тощо.

У різні періоди роль політики розвитку мала то більшу, то меншу значимість для ФРН, що, у свою чергу, впливало на підходи до формування її позитивного іміджу в цих країнах. Так, при канцлерстві Г. Шмідта роль країн, що розвиваються у зовнішній політиці ФРН зростає через об'єктивні причини. У зв'язку з початком енергетичної кризи 1970-х рр., яка загострила проблеми забезпечення країни енергією і сировиною, посилилася політична активність країн, що розвиваються на міжнародній арені. Це спонукало державне керівництво ФРН до розширення свого впливу в країнах третього

¹³⁹ Германия. Вызовы XXI века / под ред. В.Б. Белова. - М. : Весь Мир, 2009. - С. 287-288.

світу. Зокрема, помітно зросла кількість науково-дослідних центрів, які займалися питаннями розвитку країн Африки. На початку 1970-х років їх налічувалося близько 250¹⁴⁰. З приходом до влади в 1980-і рр. уряду ХДС/ХСС зовнішньополітичні акценти знову змістилися в бік атлантизму.

Проведений аналіз основних положень „Концепції 2000” МЗС ФРН показує, що і на початку 2000-х рр. політика Німеччини по відношенню до країн третього світу не належала до числа пріоритетних. Однак під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів, внаслідок поглиблення процесів глобалізації, які супроводжувалися бурхливим розвитком інформаційних технологій, що дозволили значно спростити засоби впливу на суспільну свідомість, а також з приходом до влади уряду на чолі з А. Меркель (2005 р.), до керівництва Німеччини поступово повернулося розуміння важливості просування позитивного образу і у цьому напрямку.

Останнім часом інтерес Берліна до країн, що розвиваються суттєво зріс. І якщо фінансування і число країн, з якими ФРН мала партнерські зв'язки на початку 2000-х р.р., скорочувалося, то вже в 2007 р. у федеральному бюджеті було передбачено збільшення видатків на економічне співробітництво та політику розвитку на 7,8%. Це дозволило ФРН вже в кінці 2007 р. вийти на друге місце в світі після США за обсягами допомоги країнам третього світу¹⁴¹.

Таким чином, інтерес ФРН до країн третього світу, як до об'єкта іміджевих заходів наростав у міру її перетворення на суб'єкт світової політики, що позитивно вплинуло на розширення можливостей Берліна проводити відносно самостійну зовнішню політику. Важливу роль на зростання інтересу ФРН до регіону зробило і становлення зовнішньої культурної політики як одного з головних напрямків дипломатії ФРН.

Увага Німеччини до країн третього світу також продиктована такими подіями і процесами, як світова фінансова та економічна криза 2008-2009 рр.,

¹⁴⁰ Там само. – С. 291.

¹⁴¹ Там само. – С. 310.

боргова криза в ЄС 2012 року. Загострена боротьба за природні ресурси і доступні способи їх доставки ще більше підвищила значимість країн, що розвиваються.

Для прикладу можна вказати на зростання інтересу ФРН до африканського регіону, який, за даними, представленими у „Концепції Африка”¹⁴², на сьогоднішній момент є найважливішим постачальником на світові ринки таких енергоресурсів, як нафта (13% від світових запасів) і газ (6 % від світового експорту) і володіє значним потенціалом використання сонячної, вітрової та водної енергії. Чорний континент володіє великими запасами дорогоцінних металів і мінеральних ресурсів (наприклад, вольфраму, платини), незамінних матеріалів у високотехнологічному виробництві. Африка багата флорою, що представляє інтерес як для фармацевтичної промисловості, так і для інших сфер.

Про зрослу увагу ФРН до африканських країн свідчать і слова міністра закордонних справ Г. Вестервелле, виголошені під час презентації „Концепції Африка” перед федеральним урядом в Берліні в 2011 році: „Ми хочемо відкрити нову сторінку у взаєминах з нашим сусіднім континентом ... Африка , безсумнівно, є континентом великих можливостей”¹⁴³.

Разом зі зростанням інвестицій збільшилася і кількість цікавих для ФРН напрямків просування її інтересів в країнах, що розвиваються. Крім економічного аспекту діяльність з формування образу Німеччини в третіх країнах стала торкатися і інші сфери: мир і безпеку; гарантії правової захищеності, демократію і громадянські права населення; клімат і навколишнє середовище; енергетику і корисні копалини; розвиток, освіту і наукові дослідження; питання міграції, розвиток міст; охорону здоров'я¹⁴⁴.

За оцінками німецьких фахівців, виділення цих сфер в якості

¹⁴² Die Bundesregierung. Deutschland und Afrika: Konzept der Bundesregierung [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/581096/publicationFile/55305/110615-Afrika-Konzept-do\vnload.pdf; https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Regionale_Schwerpunkte/Afrika/Aktuelle_Artikel/110615-Afrika-Konzept-node.html.

¹⁴³ Auswaertiges Amt. Neues Kapitel in der deutsch-afrikanischen Partnerschaft [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [www.auswaertiges- amt. de/ DE/ Aussenpolitik/ Regionale Schwepunkte/ Afrika/ Aktuelle Artikel/ 110615-Afrika- Konzept-node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Regionale_Schwerpunkte/Afrika/Aktuelle_Artikel/110615-Afrika-Konzept-node.html).

¹⁴⁴ Bundesministerium fuer wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.bmz.de/de/was_wir_machen/themen/index.html

пріоритетних пояснюється тим, що мир і безпека є гарантами стабільності та сталого розвитку країн третього світу, а таке процвітання, в свою чергу, позитивно впливає на економічний розвиток самої Німеччини. Як висловився свого часу міністр закордонних справ ФРН (1974-1992 рр.) Ганс-Дітріх Геншер: „Наш народ знає з власного гіркого досвіду, які небезпеки може таїти економічна нестабільність для демократичної держави”¹⁴⁵. Дана обставина є додатковим аргументом на користь того, що співпраця з країнами, що розвиваються покликана надавати їм допомогу в цілях самопомоги¹⁴⁶.

Імператив розширення контактів з країнами Східної Європи, Близького Сходу, Північної Африки та державами, що розвиваються офіційно обґрунтовується у вищезгаданій „Концепції в галузі культури, освіти і науки 2011 року”¹⁴⁷. Вибір країн, яким Німеччина готова надавати всебічну допомогу в розвитку і в яких вона має намір активно просувати свій образ і свої цінності, не випадковий. Аналіз показує, що першочергова увага приділяється тим країнам, співпраця з якими найбільшою мірою відповідає національним інтересам ФРН в тому чи іншому регіоні.

Переважний інтерес для ФРН представляють так звані порогові країни: країни БРІКС, а також Аргентина, Мексика, Індонезія, Туреччина, Таїланд і Малайзія. Такий вибір обумовлений розумінням реальних перспектив розвитку цих країн. За прогнозами фахівців деякі з них стануть провідними гравцями у світовому політичному процесі, від них будуть залежати стабільність і динаміка світової економіки, майбутнє глобальної екосистеми¹⁴⁸.

Не менша увага останнім часом приділяється країнам Північної Африки і Близького Сходу, де через внутрішньополітичну нестабільність

¹⁴⁵ Genscher H.-D. Deutsche Aussenpolitik. - Verlag Bonn: Aktuell. - 1977. - S. 44.

¹⁴⁶ Павлов, Н. В. Внешняя политика ФРГ в постбиполярном мире [Текст] / Н. В. Павлов. - М. : Наука, 2005. - С. 289.

¹⁴⁷ Auswaertiges Amt. Auswaertige Kultur - und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung - Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten 2011. - 14 s. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/595030/161962/AKBP-Konzeption-2011.pdf.

¹⁴⁸ Германия. Вызовы XXI века / под ред. В.Б. Белова. - М. : Весь Мир, 2009. - С. 309.

відкрилися можливості для доступу до природних ресурсів.

Останнім часом значно зміцнилося співробітництво між ФРН і Китаєм, найбільшим торговим партнером Німеччини в Азії¹⁴⁹. З інтенсифікацією економічних контактів між двома країнами безпосередньо пов'язаний і той факт, що образ Німеччини в Китаї є більш ніж позитивним. Авторитетний німецький політолог Б. Клем зазначає: „Хто знайомий з сучасним Китаєм знає, що жодна країна в світі не оцінюється там настільки високо як Німеччина”. На формування іміджу Німеччини в КНР, як стверджує дослідник, вплинув цілий комплекс факторів. Зокрема, один з них виявляється в тому, що китайці в меншій мірі, ніж країни ЄС приділяють увагу мілітаристському минулому Німеччини і асоціюють її на сучасному етапі з мирною і стабільною країною, в якій порядок понад усе. В якості інших значущих чинників виступає якість виробленої у ФРН продукції (в першу чергу високотехнологічної, автомобілів та обладнання), а також висока кваліфікація німецької робочої сили. Великий вплив на свідомість китайського суспільства має також гуманітарний фактор, оскільки в країні високо цінують досягнення Німеччини в галузі науки, культури і мистецтва¹⁵⁰.

Значну роль у формуванні позитивного образу Німеччини в Китаї зіграла і активна зовнішньокультурна діяльність ФРН, яку німецьке керівництво планує надалі тільки підсилювати. Основні напрямки культурної діяльності ФРН в Китаї викладені в програмі 2007 р. „Німеччина і Китай – разом в русі”. Великим проектом зовнішньої політики в галузі культури, освіти і науки в КНР була організація виставки „Мистецтво просвіти” (2011/2012), яка сприяла розширенню культурного діалогу між країнами¹⁵¹.

¹⁴⁹ Bundesakademie fuer Sicherheitspolitik. Sicherheitspolitik in neuen Dimensionen. - Hamburg, Berlin, Bonn: Verlag E.S. Mittler & Sohn GmbH, 2009. - S. 188.

¹⁵⁰ Klemm B. Das Deutschlandbild vor dem Hintergrund der chinesisch-deutschen Beziehungen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www/deutschlandbild.chinas.htm.

¹⁵¹ Ausvaertiges Amt. Bericht der Bundesregierung zur Auswaertigen Kultur- und Bildungspolitik 2010/2011. - S. 69 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.auswaertigesamt.de/cae/servlet/contentblob/56017/publicationFile/170801/120111-AKBP-Bericht-2010-2011.pdf.

В цілому, за даними МЗС, наведеними у „Концепції 2011”, в доповідях МЗС ФРН 2007-2008, 2009-2010, 2011-2012, 2013-2014 рр., діяльність з позиціонування Німеччини в країнах, що розвиваються ведеться досить активно. Щорічно відкриваються нові філії та представництва основних гравців в області просування німецького образу. Філії створюються Міністерством закордонних справ ФРН, посередницькими культурними організаціями (Інститутом Гете, Німецькою службою академічних обмінів, медіакомпанією „Німецька хвиля”, фондом імені Гумбольдта, центральним відомством Німецької служби шкільної освіти за кордоном, службою педагогічних обмінів у сфері співпраці вищих шкіл), організаціями, які мають зв'язки з місцевими представництвами і т. п.

Зокрема, лише за посередництва Німецької служби академічних обмінів (DAAD) здійснюється підтримка 30 програм співробітництва вищих шкіл в Китаї. У 2011 р була створена німецько-китайська вища школа при університеті Тунцзі. У 2012-2013 рр. спільно з фондом Роберта Боша реалізовувався пілотний проект „China – Traineeprogramm an deutschen Hochschulen – Deutsch-Chinesische Kooperation für Student Affairs”, метою якого є інтенсифікація німецько-китайських відносин¹⁵².

Не менш важливим для ФРН є формування позитивного іміджу в Індії. Зацікавленість Німеччини у створенні привабливого іміджу в Індії зумовлена, в першу чергу, її торговельно-економічними інтересами в цій країні. Сьогодні Індія входить до десятки провідних країн світу з виробництва промислової та сільськогосподарської продукції, за рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Більше того, як зазначається у звітах Центральної статистичної організації Індії, її поточний економічний стан оцінюється як стабільний і має позитивну динаміку¹⁵³.

Також тісна співпраця між двома країнами ведеться в галузі екології,

¹⁵² Die HWR Berlin wurde als Studienort für eine chinesische Stipendiatin ausgewählt [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.hwr-berlin.de/.../die-hwr-berlin-wurde-als...

¹⁵³ Центральная статистическая организация Индии в начале XXI века. - М. : Изд-во МГОУ, 2011. - С. 52.

науки і техніки, в енергетиці. Тут можна відзначити пряму зацікавленість ФРН у модернізації теплових електростанцій і в децентралізації енергопостачання на базі поновлюваних джерел енергії. Одним з найважливіших досягнень німецько-індійського співробітництва є розробка та реалізація соціальних проектів, більшість з яких здійснюється в тісній співпраці з бізнес- і медіаколами, неурядовими організаціями¹⁵⁴.

Важливу роль відіграє і співпраця за такими напрямками, як розвиток транспортної інфраструктури між Німеччиною та Індією; німецько-індійські відносини у сфері захисту інформації; німецько-індійське співробітництво в рамках СОТ; участь ФРН та Індії в „Групі чотирьох” з реформування Ради Безпеки ООН; німецько-індійське співробітництво в боротьбі з тероризмом; німецько-індійське співробітництво з питання нерозповсюдження зброї масового ураження.

Основний тягар з формування іміджу ФРН в Індії припадає на сферу культури та освіти. Співпраця між двома країнами в цій галузі розпочалася у 1950-их рр. і закріплена в трьох міжурядових угодах 1969, 1971 і 1974 рр.¹⁵⁵. Згідно з підписаною Угодою 2000 р., „Спільною декларацією про подальший розвиток стратегічного та глобального партнерства між Німеччиною та Індією 2007 р.”, зміцнення німецько-індійського співробітництва в галузі культури є одним з пріоритетних напрямів.

Щорічно зростає кількість коопераційних договорів у сфері вищої освіти і науки. На сьогодні в Індії в рамках програми „Партнерства шкіл” діє 56 навчальних закладів, в яких вивчається німецька мова, проте за підтримки індійської приватної шкільної спільноти планується ввести німецьку і в тисячі інших шкіл. У 2004 р. за ініціативи Г. Шредера була заснована індійсько-німецька наукова група в Нью-Делі – цикл професійних лекцій з допомогою інтернету та двостороннього наукового веб-сайту. У 2007 р. був створений Індійсько-німецький науковий центр в Нью-Делі (Indo-German

¹⁵⁴ Печищева Л. А. Германо-индийское стратегическое партнерство в начале XXI века [Текст] / Л. А. Печищева. - М. : Изд-во МГОУ, 2011. - С. 52.

¹⁵⁵ Там само. - С. 61.

Science and Technology Centre, IGSTC). Спільним проектом був „Науковий експрес”, програма Товариства Макса Планка і Індійського департаменту з науки і технологій, яка спонсорувалася Федеральним міністерством освіти і науки Німеччини. Протягом семи місяців „Науковий експрес” мандрував містами Індії та сприяв залученню індійських студентів до двосторонніх наукових ініціатив Індії та Німеччини. У цьому ж році було оголошено про запуск програми „Новий шлях до Індії”, спільного проекту студентського обміну між Німеччиною та Індією¹⁵⁶. У 2010 р. за участю властей був відкритий новий німецько-індійський центр комп'ютерних технологій імені Макса Планка в Делі. Крім цього, в рамках „Року Німеччини в Індії” реалізувалася велика кількість різноманітних проектів. Зокрема, в семи великих містах Індії пройшли Дні Німеччини, спрямовані на популяризацію потенціалу ФРН в галузі культури, економіки, політики, освіти, науки, повсякденному житті, музики¹⁵⁷.

Інтерес для ФРН становлять і країни Латинської Америки. На сьогодні в країнах Латинської Америки функціонує два німецьких центри, 184 партнерські школи (37 з яких – німецькі закордонні школи), 15 філій Інституту ім. Гете, 42 німецьких культурних товариств, два зарубіжні представництва німецької служби академічних обмінів (DAAD), 7 інформаційних центрів DAAD, 32 лекторати DAAD при вищих школах. Федеральний уряд має намір і надалі розширювати двостороннє співробітництво у цій сфері з країнами Латинської Америки та Карибського басейну¹⁵⁸.

Важливим внеском у просування німецьких інтересів в цьому регіоні є спеціальні проекти на добровільній основі, метою яких є допомога німецької молоді в розвитку і культурному обміні. Прикладом можуть бути

¹⁵⁶ Печищева, Л. А. Германо-индийское стратегическое партнерство в начале XXI века [Текст] / Л. А. Печищева. - М. : Изд-во МГОУ, 2011. - С. 64.

¹⁵⁷ Auswaertiges Amt. Bericht der Bundesregierung zur Auswaertigen Kultur- und Bildungspolitik 2010/2011. - S. 78 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.auswaertiges- amt. de/ cae/ servlet/ contentblob /56017/ publicationFile / 1 70801/120111 -AKBP-Bericht-2010- 2011.pdf.

¹⁵⁸ Auswaertiges Amt. Deutschland, Lateinamerika und die Karibik: Konzept der Bundesregierung [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.auswaeriges- amt. de/ cae/ servlet/ contentblob/ 367294/ publication File/ 93963/LAK-Konzept.pdf.

наступні програми, реалізовані в країнах Латинської Америки: „Культура далеко”, „По всьому світу”. Також особлива увага приділяється підготовці перехресних Років Німеччини в Бразилії та Бразилії в Німеччині. Активно йде і взаємне співробітництво у сфері спорту, де в якості прикладу можна навести допомогу ФРН у проведенні чемпіонату світу з футболу в 2014 р. та Олімпійських ігор в 2016 р. в Бразилії.

Як показує проведений аналіз, для реалізації своїх планів федеральний уряд Німеччини залучає весь арсенал різного роду засобів і механізмів, що сприяють формуванню повноцінного, різнобічного образу країни. Проте здебільшого акцент робиться на Інтернет, що дозволяє значно розширити обсяг аудиторії.

Важливо врахувати, що іміджева робота проводиться за різними напрямками. Крім популяризації німецької мови, культури, системи освіти, залучення випускників шкіл до навчання в німецьких вузах, організації культурного і наукового діалогу, призначення стипендій, велику роль у рамках реалізованої ФРН політики розвитку відіграє просування таких цінностей, як повага прав людини, участь громадян у політичному житті, забезпечення правової захищеності, створення умов для розвитку ринкової економіки.

Країни Близького і Середнього Сходу, зокрема, Ізраїль, Ірак і Афганістан, також є важливим об'єктом зовнішньої культурної політики Німеччини¹⁵⁹. У першу чергу, це обумовлено потребами ФРН в постачаннях нафти з Іраку. Так, в 2010 році на освітні та культурні програми в Афганістані було витрачено близько 20 млн євро. Здійснюється підтримка місцевих шкіл та університетів, ведеться будівництво нових навчальних закладів¹⁶⁰.

З кожним роком присутність Німеччини в медіапросторі порогових

¹⁵⁹. Андреюк, В. Ю. Ближний Восток во внешней политике ФРГ (1960-1990 годы) [Текст]: автореф. ... дисс. канд. ист. наук. / В. Ю. Андреюк. - М., 2009. – С. 28-30.

¹⁶⁰ Bericht der Bundesregierung zur Auswaertigen Kultur und Bildungspolitik 2010/2011. - Auswaertiges Amt. - S. 69 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.auswaertiges.amt.de/cae/servlet/contentblob/56017/publicationFile/170801/120111-AKBP-Bericht-2010-2011.pdf.

країн і країн, що розвиваються посилюється здебільшого завдяки розвитку інформаційних технологій і нових можливостей Інтернету. Така діяльність дозволила і медіакомпанії „Німецька хвиля” розширити мовлення у цих країнах. За допомогою Інтернету в доступній формі на місцевих мовах просуваються ідеї демократії, освіти та сучасний образ Німеччини. Спільно з медіакомпанією реалізуються різні освітні програми, метою яких є підвищення грамотності населення у країнах-партнерах.

В цілому за останні роки присутність Німеччини в порогових країнах і країнах, що розвиваються значно розширилася. Це проявляється у збільшенні кількості суб'єктів, що залучені у процес, реалізованих проєктів, фінансування, а також в інтенсифікації взаємного співробітництва. Позитивний імідж виступає в якості основи, що сприяє просуванню німецьких інтересів у світі.

3.3. Особливості формування іміджу ФРН в Україні

Українсько-німецькі відносини мають багату історичну традицію, яка засвідчує їхню важливість як для розвитку обох народів, так і для загальноєвропейського історичного процесу.

Поява наприкінці ХХ ст. на політичній карті світу об'єднаної Німеччини та незалежної Української держави, безумовно, була позитивними наслідками глобальних трансформаційних процесів системи міжнародних відносин. Досягнення Україною суверенного статусу спричинило якісно нові зміни у Європі. Насамперед, був покладений край довготривалому російському домінуванню на території колишнього СРСР¹⁶¹. І хоча Німеччина була однією з перших країн світу, яка 26 грудня 1991 р. визнала незалежність України, проте ще певний час її урядові кола, як зокрема і переважної більшості інших країн Заходу, розглядали вирішення європейських проблем, а також формування відносин з Україною через

¹⁶¹ Кравчук, Л. Нова Україна у Новій Європі [Текст] / Л. Кравчук // Політика і час. – 1992. – № 2.

призму відносин з Росією як правонаступницею СРСР. Суттєвим чинником початкової поміркованої позиції ФРН щодо України був і міжнародний тиск на Київ з метою примусити на умовах великих держав відмовитися від ядерної зброї колишнього Радянського Союзу¹⁶². Лише наприкінці 1992 р. ФРН остаточно визначилася в помилковості щодо орієнтації виключно на Росію і почала розглядати відносини з Україною як окремих і самостійний напрям німецької зовнішньої політики¹⁶³.

Національні інтереси спонукали Німеччину до активної реалізації політики щодо країн Центральної та Східної Європи, спрямованої на створення довготривалого мирного устрою для всієї Європи, та на розвиток економічної та політичної інтеграції¹⁶⁴. Пріоритетами політики об'єднаної Німеччини щодо незалежної України став розвиток співробітництва заради політичної стабільності та послідовних економічних реформ; сприяння налагодженню зв'язків між Україною та ЄС. На цьому етапі головною метою німецької сторони була „демонстрація рівня відносин між Німеччиною та незалежною Україною, спростування твердження, що Німеччина цікавиться лише Росією”¹⁶⁵.

Для України ж відносини з ФРН, яка є основним локомотивом процесів європейської інтеграції і найбільше зацікавлена в їх поширенні на регіон Центрально-Східної Європи, мали особливе геостратегічне значення¹⁶⁶.

Саме у цей період активізувалася робота з розбудови українсько-німецького двостороннього співробітництва. Був підписаний цілий ряд важливих спільних документів в політичній, економічній та культурно-

¹⁶² Старостенко, Г. Німецьке бачення нового європейського порядку та Україна у ньому [Текст] / Г. Старостенко // Науковий вісник дипломатичної академії України. – 2002.

¹⁶³ Kinkel Klaus. Deutschland in Europa // Europa – Archiv. – 1994. - № 12. – S. 334.

¹⁶⁴ Сокол, С.М. Місце України в зовнішній політиці Німеччини в Східній Європі на сучасному етапі [Текст] / С. М. Сокол // Магістеріум. Історичні студії. – К., 2007. – С.55-58.

¹⁶⁵ Кондратюк, С. В. Європейська політика об'єднаної Німеччини [Текст] : монографія / С. В. Кондратюк. – К., 2008. – 264 с

¹⁶⁶ Кудряченко, А. Україна – Німеччина: можливості невичерпні, інтерес – обопільний [Текст] / А. Кудряченко // Віче. – 1994. – № 7. – С. 147–153.

гуманітарній сферах¹⁶⁷. Саме тоді на території України почали активно відкриватися представництва німецьких неурядових організацій, засобів масової інформації та громадські рухи, які безпосередньо приймають участь у формуванні іміджу ФРН в Україні.

Механізм формування образу Німеччини в Україні є досить чітким. Головна організаційна та координаційна роль у цій роботі відведена Міністерству закордонних справ ФРН. Офіційно в Україні Федеративна Республіка Німеччина представлена з 1989 р., спочатку Генеральним консульством у тодішньому Радянському Союзі, а з 1992 р. – дипломатичним представництвом. Інтереси ФРН також представляють: з березня 2000 р. – Почесний консул у Львові, з липня 2008 р. – Почесний консул в Одесі та з літа 2009 р. – Генеральне консульство в Донецьку. Їх основним завданням є підтримка і розвиток тісних двосторонніх відносин; постійний обмін інформацією з ключових питань порядку денного та взаємодія на міжнародній арені; розширення контактів в соціально-політичній, економічній та культурній сферах¹⁶⁸.

Безпосередньо за формування іміджу ФРН в Україні відповідають відділ преси і зв'язків з громадськістю та відділ культури. Слід зауважити, що діяльність по зміцненню взаємного німецько-українського співробітництва таких відділів, як політичний департамент і департамент економіки і науки також сприяє формуванню іміджу ФРН в Україні, створюючи при цьому основу для подальших іміджформуючих дій¹⁶⁹.

Головним обов'язком відділу преси та роботи з громадськістю є інформування засобів масової інформації України про політику ФРН та про Німеччину загалом. Проходить воно, здебільшого, у формі прес-релізів, інтерв'ю Посла та керівника відділу, а також шляхом надання вільного доступу до інформації, розміщеної на веб-сайті Посольства. Керівник відділу

¹⁶⁷ Спільна декларація про основи відносин між Україною і Федеративною Республікою Німеччина від 09.06.1993 року. Угода про культурне співробітництво від 15.02.1993 року.

¹⁶⁸ Посольство Федеративної Республіки Німеччина. Київ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kiew.diplo.de/vertretung/kiew/uk/menschenrechte/2-0-aktiosfelder.html.

¹⁶⁹ Там само.

підтримує контакти з представниками українських ЗМІ. Він є речником Посольства і дає відповіді на запити, з якими звертаються до Посольства журналісти. Ще одним важливим завданням відділу преси є аналіз українських мас-медій. При цьому вони цікавляться як інформуванням про політику, економіку, культуру та суспільне життя в Україні, так і статтями, пов'язаними з Німеччиною. До того ж, відділ преси інформує Федеральне міністерство закордонних справ, а також Відомство з питань преси та інформації Федерального Уряду про медійний простір в Україні.

Шляхом розсилання інформаційних матеріалів, відповідей на окремі запитання, підтримання Інтернет-сторінки, а також виступів і презентацій відділ преси проводить роботу з інформування української громадськості про сучасну Німеччину. Крім того, відділ розповсюджує німецькомовні друковані видання і часописи, зокрема книгу „Факти про Німеччину” та журнал „Німеччина”, який виходить кожні два місяці¹⁷⁰.

Відділ культури займається обміном науковцями, студентами та учнями і здійснює активну діяльність у таких сферах як фестивалі, виставки, театр, музика й література. В обов'язки відділу також входить робота з координування стипендіальних програми Центрального відомства у справах шкільної освіти за кордоном та Служби педагогічного обміну та підтримки контактів з німецькими викладачами, вчителями, німецькими стипендіатами за кордоном, школами та вищими навчальними закладами. Крім того, він тісно співпрацює з німецькими посередницькими організаціями в Україні. Це, перш за все, Гете-Інститут та Німецька служба академічного обміну¹⁷¹.

Ще одним важливим завданням відділу культури є опікування німецькою національною меншиною в Україні. Тут головна увага приділяється сприянню її культурного розвитку.

Велика роль у формуванні іміджу ФРН в Україні відводиться неурядовим громадським організаціям і фондам, серед яких: Інститут ім.

¹⁷⁰ Білоус, О. М. Типологія газетної періодики сучасної Німеччини [Текст] / О. М. Білоус // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – К., 2007. – Т. 29. – Жов.-груд. – 176 с.

¹⁷¹ Посольство Федеративної Республіки Німеччина. Київ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kiew.diplo.de/vertretung/kiew/uk/menschenrechte/2-0-aktiosfelder.html.

Гете, Німецька служба академічних обмінів (DAAD), німецькі політичні фонди в Україні, українська редакція „Німецька хвиля” та ін..

Активно співпрацюючи з МЗС ФРН, вони сприяють:

- поширенню та популяризації німецької мови та культури в Україні;
- зміцненню двостороннього діалогу у сфері культури, освіти і науки;
- заохоченню студентських та дослідних обмінів;
- підтримці німецької національної меншини в Україні;
- фінансуванню та реалізації ініціативних проектів.

Особлива роль при формуванні образу ФРН в Україні відводиться популяризації німецької мови, яка, безумовно, є головним інструментом у створенні іміджу будь-якої країни. На думку німецького дослідника М. Хайденрайха, „головний акцент необхідно робити на підготовці педагогів в країні перебування за всіма німецькими стандартами, але з урахуванням специфіки місцевої освіти. Це дозволить надалі цим педагогам викладати німецьку мову в різних регіонах і залучати тим самим до її вивчення більшу кількість людей”¹⁷². Варто погодитися з думкою німецького вченого про ефективність даного методу. Не випадково першому канцлеру Німецької імперії Отто фон Бісмарку приписують фразу про те, що „війни виграють не генерали, війни виграють шкільні вчителі і парафіяльні священики”¹⁷³.

Чи не найбільше вивченню німецької мови в Україні сприяє робота Німецького культурного центру Гете-Інститут, що був відкритий у Києві 1993 р. одразу після підписання німецько-української угоди про культурний обмін. В рамках цієї роботи Інститут розповсюджує образ Німеччини в Україні та інформує про її культурне, суспільне та політичне життя¹⁷⁴.

¹⁷² Heidenreich M. Ifa-Edition Kultur und Aussenpolitik. Kultur der Partnerschaft - Perspektiven der deutsch Kulturbeziehungen. - S.98 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ifa.de/pdf/edition/russland2011.pdf.

¹⁷³ Burger R. So wird Deutschland dumm // Franfurter Allgemeine Zeitung. – S 53 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/2.1763/das-buch/sarrazins-thesen-so-wird-deutschland-dumm-11029081.html.

¹⁷⁴ Солошенко, В. В. Науково-технічне та гуманітарне співробітництво України й Німеччини в 90-ті рр. ХХ ст. [Текст] / В. В. Солошенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія: Вип. 47. – К., 2000. – С. 50–53.

¹⁷⁵ Німецько-українські культурні товариства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.goethe.de/ins/ua/uk/kie/net/kultges.html.

¹⁷⁶ Goethe-Institut в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.goethe.de/i/ua/uk/kie/ne>.

Три коопераційних партнери культурного центру – „Баварський дім” в Одесі; „Будинок Нюрнберга” у Харкові; „Gedankendach” у Чернівцях – також є складовою мережі німецьких закладів, розбудованої на основі міжміських і міждержавних партнерських програм¹⁷⁵.

Головними завданнями Гете-Інституту в Україні є:

- виступати посередником та співучасником у німецько-українському діалозі в культурній та освітній сферах;
- сприяти зростанню й підтриманню симпатії та інтересу українців до Німеччини;
- надавати інформацію про Німеччину;
- сприяти вивченню німецької мови в Україні;
- підтримувати діалог між Європою та східноєвропейськими культурами.

Основними напрямками роботи у сфері культури є зустрічі українських та німецьких художників і інтелектуалів; презентації сучасної німецької культури; підтримка німецько-української співпраці на цьому терені.

У рамках популяризації німецької мови в Україні функціонує 15 центрів у різних містах України. Вони презентують національні та європейські проекти з популяризації іноземних мов; сприяють організації семінарів й різноманітних програм українським педагогам; надають підтримку у вивченні німецької мови та культури німецькій меншині¹⁷⁶.

Інформаційний центр надає інформацію з актуальних аспектів культурного, суспільного й політичного життя Німеччини та дає можливість отримати потрібну інформацію зацікавленим з усієї України.

Гете-Інститут тісно співпрацює зі школами, університетами, спілками вчителів німецької мови та центрами освіти для дорослих і надає допомогу

вчителям німецької мови в поліпшенні методів викладання (проводяться семінари з підвищення кваліфікації з методики та дидактики викладання іноземної мови, надаються навчальні матеріали, стипендії та гранти, пропонуються мовні курси для певних груп фахівців, для дітей та юнацтва під час канікул). Усі мовні курси функціонують під гаслом „Вивчаючи німецьку мову – знайомимося з Німеччиною”¹⁷⁷.

Бібліотека Гете-Інституту є найпотужнішим з усіх представлених в Україні зарубіжним фондом літератури, аудіо- та відеозаписів. Вона налічує понад 4000 книжок, три щоденні газети, 38 тижневих і спеціалізованих журналів, близько 350 відеокaset, понад 500 компакт-дисків та аудіокaset, 30 CD-ROMів для швидкого й зручного пошуку інформації. Приблизно такі ж фонди мають філії Гете-Інституту – Німецькі читальні зали у Львові, Харкові та Чернівцях¹⁷⁸.

Підтримка спеціалізованих українських шкіл з поглибленим вивченням німецької мови, які готують своїх учнів до іспитів на отримання німецькомовного диплому другого рівня, є головним завданням Центрального управління шкільної освіти за кордоном та його координаторів в Одесі та Києві. Сьогодні в Україні налічується 25 шкіл, які приймають активну участь у проведенні іспитів на німецькомовний диплом, ще ряд шкіл готується до вступу в програму. В Україні німецькомовний диплом щорічно отримують понад 200 учнів і ця тенденція з кожним роком зростає¹⁷⁹.

Важлива роль у формуванні іміджу ФРН в Україні відводиться Німецькій службі академічного обміну (DAAD). В Україні DAAD за допомогою розгалуженої мережі (15 лекторів, 6 мовних асистентів, 1 викладач за програмою „тривала доцентура”; навчальна програма „German & European Studies” у Києво-Могилянській академії; 5 двосторонніх партнерських угод між філологічними інституціями; 4 навчальні програми з частковим викладанням німецькою мовою) проводить активну роботу з:

¹⁷⁷ Еберт, Й. Усі програми Гете-Інституту ми створюємо з місцевими партнерами [Текст] / Й. Еберт // День. - №123, четвер, 2 липня 1998 року.

¹⁷⁸ Славісти-україністи з Грайсвальда поповнили бібліотеку // Німеччина. – 1998. – № 4. – С. 33.

¹⁷⁹ Goethe-Institut в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.goethe.de/i/ua/uk>.

- інформування про систему вищої освіти, можливості навчання та отримання стипендій у ФРН;
- підтримки контактів із колишніми стипендіатами DAAD;
- консультування представників німецьких університетів, які навчаються або проводять дослідження в Україні;
- підтримки контактів із німецькими та українськими ВНЗ.

Також в обов'язки Служби входить проведення конкурсів на отримання стипендій та організацію навчання в найкращих вузах Німеччини. Наприклад, вже восьмий рік поспіль за підтримки Німецької служби академічних обмінів Інститут політичних наук Університету ім. Фрідріха Шиллера в м. Єна, разом з Національним університетом „Кієво-Могилянська академія”, запрошує українських студентів на навчання за спільною німецько-українською магістерською програмою „Німецькі та Європейські студії” на 2015/2016 навчальний рік¹⁸⁰.

З досвідом становлення демократії і громадянського суспільства в Німеччині українців знайомлять (а отже і презентують образ країни) представники провідних фондів, пов'язаних з найвпливовішими німецькими політичними партіями (Союзом християнських демократів, Соціал-демократичною партією, Християнсько-соціальним союзом, Вільною демократичною партією, Партією зелених та Лівих). В Україні ці партії представлені Фондом Фрідріха Еберта, Фондом Конрада Аденауера, Фондом Фрідріха Науманна, Фондом Гайнріха Бьоля, Фондом Ганнса Зайделя. Фінансуються вони з федерального бюджету. Головна мета фондів – зміцнювати зв'язки інших країн з Німеччиною та сприяти розвитку демократії і розбудові громадянського суспільства в цих країнах¹⁸¹.

Найактивнішою в Україні є діяльність Фонду Конрада Аденауера. Фонд афілійований із Християнсько-демократичним союзом, лідером якого є

¹⁸⁰ Спільна німецько-українська програма „Німецькі та Європейські студії” [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://unistudy.org.ua/german-and-european-studies>.

¹⁸¹ Химинець, В. В. Німецькі політичні фонди в Україні: досвід і перспективи діяльності (1990-ті – 2005 роки) [Текст] / В. В. Химинець // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. – Чернігів, 2006. – Вип.. 34. – Серія : Історичні науки. - №4. – С. 164 – 168.

Канцлер Німеччини Ангела Меркель. Він має тісні зв'язки з українською опозицією, зокрема з Українським демократичним альянсом за реформи („УДАР”), який очолює Віталій Кличко. За твердженням німецьких ЗМІ, „УДАР” не лише отримує вагому допомогу на цілі партійного будівництва, але і сам був заснований у 2010 р. безпосередньо за участі Фонду Завдяки „Удару” Віталію Кличку за короткий проміжок часу вдалося отримати місце в українському парламенті. „Повалення Януковича і призначення Віталія Кличка на високий пост – можливо, в цьому і полягав план Фонду Аденауера на Україні”, – припускають німецькі журналісти¹⁸². Цікаво, що, згідно зі звітом Фонду, у 2013 році із отриманих 130 млн. євро від німецької держави (що становить майже весь бюджет організації в 140 млн. євро) 70 млн. євро було витрачено на „міжнародне партнерство”, а більшу частину цієї суми направили на політичну діяльність в Україні¹⁸³. Це є свідченням того, який величезний вплив мають німецькі організації на внутрішньополітичні процеси в Україні.

Важлива роль у формуванні образу ФРН в Україні відводиться і німецьким ЗМІ. В Україні вони представлені телерадіокомпанією „Німецька хвиля” – громадським мовником, що фінансується за рахунок німецьких громадян. Українська радіоредакція „Німецької хвилі” була заснована 27 березня 2000 року. Її мета – показати українцям, як живуть звичайні німці. Будь-хто в Україні має можливість знайти інформацію про те, що його цікавить, в тематичному векторі Європа-Німеччина¹⁸⁴. 2005 року спільно з Гете-Інститутом у Києві відкрився особливий сервіс „Німецької хвилі”, в якому відвідувачі бібліотеки Інституту можуть скористатися мультимедійним інформаційним терміналом „Німецької хвилі”. Цей „інфопункт” відкрив доступ до всіх телевізійних радіопрограм, а також

¹⁸² Роль Німеччини у президентських виборах в Україні 2015 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://geostrategy.ua/node/658>

¹⁸³ Німецькі СМІ: Фонд Аденауера фінансував партію Віталія Кличко [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.com.ua/news/itemetskie-smi-fond-adenauera-finansiroval>.

¹⁸⁴ „Німецька хвиля” на українському ґрунті” // „Наукові записки Інституту журналістики”, 2001. – Т. 3. – С. 64-74.

сторінок „Німецької хвилі” в Інтернеті¹⁸⁵.

Довідник „Факти про Німеччину”, онлайн-журнал „Німеччина”, онлайн-портали „Young Germany”, „Germany Trade & Invest”, „Alumniportal Deutschland”, „Make it in Germany” також, надаючи вичерпну інформацію про всі сфери сучасного життя в Німеччині – політику, економіку, культуру, відіграють чималу роль у формуванні іміджу ФРН в Україні¹⁸⁶.

Така ретельно продумана і багатоаспектна політика ФРН з просування свого образу в Україні, що включає діяльність державних і неурядових організацій, ЗМІ, обміни в галузі культури, освіти і науки, бібліотечної справи дозволила ФРН значно зміцнити свої позиції в Україні.

На думку М. Хайденрайха, успіх кампаній з просування свого іміджу ФРН досягає за рахунок:

- великої різноманітності пропозицій;
- тісної співпраці як з місцевими українськими, так і німецькими партнерами при організації практично всіх заходів;
- переконаності у тому, що справжній культурний обмін досягається не просто за рахунок позиціонування свого образу, а за рахунок тісного, тривалого, багатоаспектного співробітництва¹⁸⁷.

Недарма за результатами масштабного соціологічного дослідження, проведеного американською незалежною соціологічною кампанією Pew Research Center навесні 2015 року, серед восьми західних країн найбільш прихильно українці ставляться до Німеччини (77 проти 15%), тоді, як до ЄС – 72%, а до США – 69%¹⁸⁸.

Варто сказати, що покращенню іміджу ФРН в Україні сприяє і та роль, яку сьогодні відіграє Німеччина і її канцлер Ангела Меркель в питаннях суверенітету, територіальної цілісності і незалежності, які постали

¹⁸⁵ Із серця Європи: „Німецька хвиля” в Україні: посібник для студ. Ін-ту журналістики. За заг. Ред. О. Гояна, Я.Янковського. – К. : Нац.ун-т імені Тараса Шевченка, Веселка, 2009. – С.15.

¹⁸⁶ Посольство Федеративної Республіки Німеччини. Київ [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.kiew.diplo.de/vertretung/kiev/uk/menschenrechte/2-0-aktiosfelder.html.

¹⁸⁷ Heidenreich M. Ifa-Edition Kultur und Aussenpolitik. Kultur der Partnerschaft – Perspektiven der deutsch Kulturbeziehungen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ifa.de/pdf/edition/land201-1.pdf.

¹⁸⁸ Дослідження США : українці люблять Меркель більше за Обаму [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2015/06/150610_ukraine_opinion_polls_vcy.

внаслідок російської агресії в Криму та на сході України. „Німеччина чітко стоїть на позиціях України....і робить все можливе, щоб позиція Європи з цього гострого питання була консолідованою.... Конфлікт на сході України – це не тільки питання України. Це питання всієї Європи....Ми всі бачимо, що Україна хоче бути сучасною європейською, але Росія цього боїться і не хоче”, – сказав голова Бундестагу Норберт Ламберт у лютому 2015 р., під час зустрічі з Петром Порошенко¹⁸⁹.

Президент України, в свою чергу, відзначив визначальну роль Німеччини і Франції у процесі мирного врегулювання ситуації на Донбасі і єднання всієї Європи в українському питанні. Він також заявив, що українсько-німецькі відносини ніколи не мали такого рівня довіри, як зараз¹⁹⁰. А український посол у ФРН Андрій Мельник вважає, що „крок канцлера Німеччини, яка спільно з французьким президентом взяла на себе лідируючу роль з вирішення конфлікту на сході України, є справді безпрецедентним у новітній історії”¹⁹¹.

З усіх західних лідерів саме Ангела Меркель має найкращий імідж в Україні. За даними соціологічного опитування Pew Ressearch Center сьогодні більшість українців їй висловлюють найбільшу довіру (56 %).

Українські політологи й публіцисти за останні рік-півтора висловили на адресу Ангели Меркель чимало критичних зауважень. І конструктивних, і не дуже. Утім, з'ясувалося, що, за свідченням соціології, главі уряду ФРН можна тільки поспівчувати. Бо ж із такими громадськими настроями, як у нинішній Німеччині, дуже важко воювати з Путіним, навіть використовуючи виключно політичні й економічні інструменти. Надто ненадійний тил у такій війні, навіть „м'якій” і „лагідній”.

¹⁸⁹ Українсько-німецькі відносини ніколи не мали такого рівня довіри, як зараз [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.112.ua/politika/ukrayinsko-nimecki-nikoli-ne-mali-takojo-rivnya-doviri-yak-zaraz-poroshenko-191161.html>.

¹⁹⁰ Там само.

¹⁹¹ Меркель – посол України у ФРН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukr.segodnya.ua/politics/v-germani-sushchestvuet-proukrainskiy-pul-politico-vo-glave-s-merkel-posol-ukrainy-v-frg-606003.html>.

Висновки до розділу 3

В результаті аналізу міжнародного іміджу ФРН в регіональному вимірі можна зробити висновок, що формування міжнародного образу Німеччини – це складний, ретельно продуманий і багатоетапний процес. Він залежить від інтересів країни в тому чи іншому регіоні і коректується в залежності від зміни балансу сил на міжнародній арені.

Якщо донедавна основними векторами просування німецьких ідей і цінностей були, перш за все, країни Західної Європи і США, то сьогодні з метою збереження і подальшого посилення впливу Німеччини в глобалізованому світі, росте її активність і у регіоні Східної Європи, і у так званих „порогових” країнах, від яких, за прогнозами спеціалістів, буде залежати стабільність світової економіки, світової політики, а також майбутнє глобальної екосистеми. Проте, незважаючи на зміни, які відбуваються у виборі цільових країн, використання Німеччиною накопиченого роками досвіду, а також багатого арсеналу засобів і механізмів з просування іміджу країни за кордоном дає усі підстави говорити про стійку тенденцію правонаступництва. Не дивлячись на те, що ФРН не у всіх країнах однаково успішно вдається досягнути бажаних результатів, вона продовжує поступово нарощувати обсяг своєї присутності у світі, що сприятливо відбивається на її міжнародному іміджі і на можливостях реалізації особистих політичних і економічних інтересів.

Україна ж сьогодні є одним з найважливіших пріоритетів німецької зовнішньої політики, що пояснюється об'єктивними причинами. Діяльність з просування в Україні привабливого іміджу ФРН відрізняється цілеспрямованістю і організовується в декількох напрямках.

ВИСНОВКИ

Імідж країни був і залишається для Німеччини одним з найважливіших інструментів підтримки і розширення її впливу в світі. У сучасних умовах особливу стурбованість керівництва ФРН викликає ймовірність втрати нею традиційного статусу політичного суб'єкта, який має реальний вплив на світові та регіональні процеси. Задля позиціонування країни в якості лідера і локомотива політичного та економічного розвитку Європейського союзу імператив зміцнення міжнародного становища Німеччини вимагає певних зусиль.

Проведене дослідження дозволило автору сформулювати ряд висновків, узагальнень і рекомендацій, які можуть бути використані при формуванні міжнародного іміджу сучасної України, оптимізації культурно-гуманітарних аспектів її зовнішньополітичної діяльності, а саме:

1. Міжнародний імідж сучасної Німеччини складався протягом тривалого часу в результаті взаємодії різних факторів, у числі яких – геополітичне розташування країни, її природно-ресурсний потенціал; національне надбання та культурна спадщина; міжнародний авторитет, ступінь впливу на світову політику і економіку і т. п. Важливим фактором виступають і особливості становлення та розвитку Німецької держави.

Вважається, що першим поняття „імідж” ввів в обіг американський економіст К. Боулдінг. На його думку, „імідж” – це певний поведінковий стереотип, що впливає на вчинки окремої особистості, групи осіб чи нації. Сьогодні в науці існує досить велика кількість робіт, присвячених поняттю міжнародного іміджу країни, його характеристикам, механізмам, засобам формування і т.п.

Імідж країни може бути визначений як образ-уявлення про неї, який сформувався в індивідуальній, груповій, масовій свідомості громадян як самої країни, так і інших держав у результаті тривалого процесу взаємовпливу сукупності факторів.

Поряд із загальними підходами до розуміння іміджу в його трактуванні існують істотні відмінності. В ході дослідження виявлена специфіка підходу німецьких вчених до розуміння і призначення іміджу. Прослідковуються певні розбіжності як у тлумаченні походження і осмислення поняття „імідж”, так і у його застосуванні, функціях і т.п.. Німецькі дослідники схильні розглядати категорію „імідж” в контексті психології установки. Крім того, роботи, присвячені іміджу, що виходять у ФРН, відрізняються прикладною спрямованістю. Це обумовлює і різницю у підходах до вирішення практичного завдання формування позитивного міжнародного іміджу країни.

Німеччина є відносно молодою державою. Однак саме в період до утворення єдиної національної держави розпочалася інституціоналізація зовнішньої культурної політики як невід'ємного компонента зовнішньої політики країни та інструменту формування її іміджу. Тоді ж починає зароджуватися особливий „німецький” погляд на націю як органічну спільність, пов'язану загальною культурою, що стало передумовою для об'єднання німецьких князівств під егідою Пруссії. Надалі Німеччина перетворилася на одну з небагатьох держав, яка спирається на активну зовнішню культурну політику задля трансляції свого позитивного образу в світі.

Демонструючи рішучість у подоланні тоталітарного минулого, сучасна ФРН продовжує осмислювати і використовувати накопичений історичний, у тому числі закордонний, досвід не лише для просування свого іміджу за кордоном, а й для завоювання довіри до себе з боку світової спільноти і власних громадян. Важливе значення для формування іміджу Німеччини у світі, розв'язання внутрішньо- і зовнішньополітичних завдань мав післявоєнний період, коли співіснували дві німецькі держави – ФРН і НДР. В умовах блокового протистояння керівництво ФРН усвідомлювало необхідність формування позитивного образу процвітаючої, відкритої світові і налаштованої на співпрацю країни. Привабливий зовнішньополітичний

імідж став важливим інструментом для об'єднання країни в 1990 році. Завдяки становищу більш успішної в політичному і в економічному відношенні держави, а також шляхом планомірної інформаційної роботи, ФРН успішно виконала своє стратегічне завдання з досягнення єдності німців на західнонімецьких умовах.

2. Сучасний міжнародний імідж ФРН є результатом взаємодії значної кількості факторів, які як усередині країни, так і за її межами надають їй цілісності, несуперечливості і закінченості.

На сьогодні Німеччина має один із найпривабливіших у світі міжнародних іміджів. Це, зокрема, підтверджують опитування громадської думки та соціологічні дослідження як у самій ФРН, так і в інших країнах. Як показує проведений аналіз процесу формування міжнародного іміджу Німеччини, такий результат було досягнуто, насамперед, завдяки спеціально організованій, цілеспрямованій і систематичній діяльності. Позиціонування ФРН на міжнародній арені здійснюється з урахуванням необхідності просування німецьких інтересів і цінностей. У цій багатоаспектній діяльності виділяються три доміанти (економіко-технічна, соціально-політична, емоційно-культурна).

Процес формування міжнародного іміджу ФРН будується за певним алгоритмом і включає в себе:

- визначення образу (ідеального) ФРН;
- виявлення напрямів формування іміджу країни (домінант);
- виявлення цільових країн, цільових аудиторій для отримання інформації;
- визначення актуальних завдань;
- вибір форм просування образу країни;
- визначення акторів, що беруть участь у формуванні іміджу;
- визначення каналів, за якими постачається інформація.

Зміст призначеної для поширення в світі інформації про ФРН ґрунтується на наступних постулатах:

- Німеччина – відповідальний партнер і локомотив подальшого розвитку Європейського союзу;
- Німеччина – активний учасник у попередженні і врегулюванні політичних, економічних, екологічних криз і гуманітарних катастроф;
- Німеччина – відкрита світові країна, яка виступає проти расизму та антисемітизму;
- Німеччина – спрямована в майбутнє країна, яка завдяки внутрішнім реформам та інноваціям (проте спираючись на колишні досягнення) зробила свою економіку конкурентоспроможною;
- Німеччина – країна ідей і центр перспективних наукових досліджень, що привертає вчених з усього світу і генерує інноваційні імпульси;
- Німеччина – батьківщина всесвітньо відомих художників, музикантів, дизайнерів, архітекторів і спортсменів.

Формування іміджу ФРН у світі має регіональну спрямованість, що проявляється у виборі цільових країн і регіонів. Нинішніми пріоритетами є Європейський Союз, США і „порогові” країни, до яких відносяться група БРІКС, Мексика, Аргентина, Індонезія, Туреччина, Таїланд і Малайзія. Цільовою групою в процесі формування міжнародного іміджу ФРН виступає, в першу чергу, студентська та молодіжна аудиторія названих країн, яка виявляє інтерес до Німеччини. Слід зазначити, що цільова аудиторія може конкретизуватися в залежності від ситуації. Характер завдань, вибір форм, акторів і каналів поширення інформації про ФРН залежать від особливостей країни, її історії, традицій, досвіду взаємин з Німеччиною та ін..

3. При покращенні своїх іміджевих характеристик на світовій арені Німеччина спирається на багатий арсенал наявних у її розпорядженні інструментів. Разом з тим, як показує проведений аналіз, особливістю країни є те, що організація діяльності з формування міжнародного іміджу ФРН протягом всієї її історії консолідується в рамках проведеної державою

зовнішньої культурної політики.

Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, посилення взаємозалежності світу і поглиблення процесів глобалізації, які відбуваються сьогодні, а також інші обставини зумовлюють необхідність всесвітнього культурного діалогу, що ставить перед німецькою державою нові завдання у сфері просування німецької культурної спадщини за кордоном. Головною метою сучасної зовнішньої політики ФРН в галузі культури та освіти є прагнення створити образ відкритої світові з почуттям власної гідності країни, яка пропонує партнерам можливості для співпраці і захищає німецькі цінності і позиції у світі, сприяє взаєморозумінню між народами і тим самим вносить вклад у справу модернізації і інтернаціоналізації, у тому числі і в самій ФРН.

В рамках досягнення цієї мети перевага надається плануванню та реалізації довгострокових взаємопов'язаних програм, а не розрізнених заходів з короткостроковим ефектом. Важливою особливістю є і залучення якомога більшої кількості інститутів, що діють у сфері зовнішньої політики ФРН.

На сьогодні для просування своїх ідей та цінностей Німеччина все активніше вдається до використання рекламних і маркетингових інструментів. Цілеспрямована робота задля підвищення авторитету країни за кордоном проводиться в області публічної дипломатії і шляхом розробки національного бренду.

За результатами аналізу німецьких джерел можна виділити ряд рис, що характеризують сучасну діяльність ФРН з формування позитивного іміджу країни за кордоном:

- прагнення відійти від пасивного позиціонування своєї країни у світі до інституціоналізації та активізації діалогу з іншими державами, головною метою якого є спільне вирішення глобальних проблем;
- виділення молоді в якості основної цільової групи;
- відмова від вузьковідомчих (політичних, економічних, соціальних)

підходів на користь інтегрованої, так званої мережевої співпраці, в тому числі у вигляді державно-приватного партнерства.

Серед комунікаційних каналів, що використовуються для позиціонування ФРН у світі сьогодні, перевага віддається Інтернету.

4. Сформований міжнародний імідж Німеччини є насамперед результатом цілеспрямованої діяльності держави, яка проводиться в економічній, соціальній, культурній, освітній та інших сферах, а також проектування позитивних здобутків ФРН у світовий політичний простір. При цьому слід зазначити, що формування іміджу Німеччині традиційно здійснюється, виходячи з необхідності відстоювання національних інтересів і вирішення актуальних зовнішньополітичних завдань в конкретних регіонах світу або країнах, що надає цій діяльності певну специфіку. Протягом перших десятиліть після утворення ФРН основними адресатами кампаній, спрямованих на завоювання довіри і підвищення репутації Німеччини, були насамперед держави Західної Європи та США. Сьогодні потреба у формуванні міжнародного іміджу ФРН в США і в Європейському союзі зумовлена високим ступенем їх взаємної інтеграції, наприклад, в галузі забезпечення національної та міжнародної безпеки. Проте, довгострокові перспективи зниження міжнародної економічної і політичної ваги ФРН диктують необхідність забезпечення її повноцінної присутності в регіонах світу, які найдинамічніше розвиваються.

Реагуючи на обставини, що склалися, ФРН в останні роки значно збільшила свою активність в так званих „порогових” країнах, які стають вагомим чинником міжнародної та економічної стабільності, вирішення глобальних проблем людства.

У нових умовах істотно зростає роль діяльності з формування привабливого іміджу ФРН в країнах третього світу.

5. Пріоритетами політики ФРН щодо України є розвиток співробітництва заради миру, політичної стабільності, послідовних економічних реформ та сприяння налагодженню зв'язків між Україною та

ЄС. Діяльність з просування привабливого іміджу ФРН в Україні розгорнута за декількома напрямками. Головна організаційна та координаційна роль у цій роботі відведена Міністерству закордонних справ ФРН. Важлива роль у формуванні іміджу ФРН в Україні відводиться неурядовим громадським організаціям і фондам, серед яких: Інститут ім. Гете, Німецька служба академічних обмінів (DAAD), німецькі політичні фонди в Україні, українська редакція „Німецька хвиля” та ін. Така ретельно продумана і багатоаспектна політика ФРН з просування свого образу в Україні дозволила ФРН значно зміцнити свої позиції в Україні.

Покращенню іміджу ФРН в Україні сприяє і та роль, яку сьогодні відіграє Німеччина і її канцлер Ангела Меркель в питаннях суверенітету, територіальної цілісності і незалежності, які постали внаслідок російської агресії в Криму та на сході України. У масовій свідомості жителів України сприйняття Німеччини, як загрози або потенційного агресора, що існувало після Другої світової війни, практично вже відсутнє. Більше того, результати незалежних соціологічних опитувань, проведених в Україні, показали, що саме Німеччина та її канцлер мають найбільшу довіру і найкращий імідж в Україні.

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що творче і конструктивно-критичне осмислення процесу формування міжнародного іміджу ФРН може сприяти вдосконаленню діяльності і з просування образу України за кордоном.

Висновки за підсумками розгляду міжнародного іміджу ФРН і процесу його формування, дозволили сформулювати ряд рекомендацій науково-теоретичного та практичного характеру:

- створити при Уряді України Міжвідомчу комісію з формування позитивного зовнішньополітичного іміджу України. Функцію з координації діяльності федеральних органів виконавчої влади у зазначеній сфері покласти на Міністерство закордонних справ України;

- Міністерству закордонних справ України спільно із зацікавленими

федеральними органами виконавчої влади:

а) Передбачити в проекті нової редакції Концепції зовнішньої політики України комплекс заходів, спрямованих на розширення української культурної присутності за кордоном, зміцнення позицій української мови в світі, розвиток мережі українських центрів науки і культури;

б) Підготувати проект Концепції інформаційного забезпечення зовнішньополітичної діяльності України в інтересах її об'єктивного сприйняття на міжнародній арені;

в) Міністерству закордонних справ України спільно з іншими неурядовими організаціями зовнішньополітичної спрямованості підготувати правовий акт, що регламентує участь інститутів громадянського суспільства, використання ресурсів публічної дипломатії України у формуванні її міжнародного іміджу, забезпечити участь зазначених інститутів у діяльності світових експертно-політологічних діалогових форумів, в міжнародному гуманітарному співробітництві;

- ввести в освітній процес вивчення питань, що відображають досвід ФРН з формування міжнародного іміджу країни:

а) Зарубіжний досвід формування міжнародного іміджу країни;

б) Зовнішня культурна політика ФРН як інструмент формування іміджу країни у світі;

в) Потенціал публічної та громадської дипломатії для просування міжнародного іміджу країни.

В рамках освітнього процесу представляється доцільним готувати учнів до безпосередньої комунікації, формувати у них комунікативну компетентність, практикувати відповідні тренінги.

В цілому ж слід зазначити, що проблема формування міжнародного іміджу є продуктивною в теоретичному і практичному плані і потребує подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Основной закон Федеративной Республики Германии // Конституции зарубежных государств. – М. : Издательство БЕК, 1997. – 77 с.
2. Auswaertige Kultur- und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung – Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten [Электронный ресурс]. – Режим доступа : АКВР-Konzeption-2011 .pdf.
3. Bericht der Bundesregierung zur Auswaertigen Kultur- und Bildungspolitik 2010/2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.auswaertigesamt.de/cae/servlet/contentblob/56017/publicationFile.
4. Deutschland und Afrika: Konzept der Bundesregierung. Die Bundesregierung [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.auswaertigesamt.de/cae/servlet/contentblob/581096/publicationFile.
5. Deutschland, Lateinamerika und die Karibik: Konzept der Bundesregierung [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.auswaertigesamt.de/cae/servlet/contentblob/367294/publicationFile.
6. Hardenberg K. A. Die Rigaer Denkschrift. 12 September 1807 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.staatskanzler-hardenberg.de/quellentexte_riga.htm. 1
7. Institut für Demoskopie Allensbach. Vorstellung des Allensbacher Jahrbuchs „Die Berliner Republik“. – 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ifallensbach.de/fileadmin/sonstige_pdfs/JB_2009_RK.pdf.
8. Weißbuch 2006 zur Sicherheit der Bundesrepublik Deutschland und zur Zukunft der Bundeswehr. – Berlin: Bundesministerium der Verteidigung, 2006. – 149 s.
9. Андреюк, В. Ю. Ближний Восток во внешней политике ФРГ (1960—1990-е годы) [Текст] : автореф. дис. канд. истор. наук / В. Ю. Андреюк. – М., 2009. – 46 с.
10. Барна, Н.В. Іміджелогія [Текст] : підр. для студ. вищ. навч. закл. / Н. В. Барна. – К. : Університет „Україна”, 2007. – 274 с.

11. Балюк, С.В. Міжнародний імідж держави: методичні особливості та деякі результати соціологічного виміру [Текст] / С.В.Балюк // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. „Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи”. – Харків, 2007. – № 761. – 38 с.
12. Брандт, В. Воспоминания [Текст] / В. Брандт. – М. : „Новости”, 1991. – 528 с.
13. Білоус, О. М. Типологія газетної періодики сучасної Німеччини [Текст] / О. М. Білоус // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – К., 2007. – Т. 29. – Жов.-груд. – 176 с.
14. Власов, Н. Великий Бисмарк [Текст] / Н. Власов. – М. : „Яуза”, „Ексмо”, 2011. – 542 с.
15. Войтасик, Л. Психология политической пропаганды [Текст] / Л. Войтасик. – М. : Прогресс, 1981. – 280 с.
16. Козицкий, С. С. ФРГ в Африке: стратегия социальной экспансии [Текст] / С. С. Козицкий. – М.: Наука, 1984. – 214 с.
17. Кондратюк, С. В. Європейська політика об'єднаної Німеччини [Текст] : монографія / С. В. Кондратюк. – К., 2008. – 264 с.
18. Кудряченко, А. Україна – Німеччина: можливості невичерпні, інтерес – обопільний [Текст] / А. Кудряченко // Віче. – К., 1994. – № 7. – 6 с.
19. Кравчук, Л. Нова Україна у Новій Європі [Текст] / Л. Кравчук // Політика і час. – К. – 1992. – № 2. – 5с.
20. Максимычев, И. Ф. Падение Берлинской стены. Из записок советника-посланника посольства СССР в Берлине [Текст] / И. Ф. Максимычев.— М. : Вече, 2011. – 352 с.
21. Мертес, М. В. Немецкие вопросы – европейские ответы [Текст] / М. В. Мертес. – М. : Московская школа политических исследований, 2001. – 336 с.
22. Мішин, А.А. Конституційне (державне) право зарубіжних країн [Текст] / А. А. Мішин. – К., 2006. – 282 с.

23. Най, Дж. „Мягкая сила” и американо-европейские отношения [Текст] / Дж. Най // Альманах „Восток”. – М., 2006. – № 5. – 41 с.
24. Невский, С. И. Денежная реформа 1948 г. в Западной Германии: экономические результаты и социально-политические последствия [Текст] / С. И. Невский // Экономический вестник Ростовского государственного университета, 2010. – Т. 8. – № 2. – 20 с.
25. Огнева, А. Германия: от культурного империализма к стратегии равноправного партнерства [Текст] / А. Огнева // Международная жизнь. – М., 2012. – № 4. – 11 с.
26. Павлов, Н. В. Внешняя политика ФРГ в постбиполярном мире [Текст] / Н. В. Павлов. – М. : Наука, 2005. – 608 с.
27. Павлов, Н. В. История современной Германии 1945-2005 [Текст] / Н. В. Павлов. – М. : Астрель : АСТ, 2006. – 510 с.
28. Павлов, Н. В. Роль Германии в Балканском кризисе [Текст] / Н. В. Павлов, С.В. Погорельская. – М. : «Добросвет», 2000. – 48 с.
29. Палеха, Ю.І. Іміджологія [Текст] : навч. посібник / Ю. І. Палеха ; за заг. ред. З. І. Тимошенко. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 332 с.
30. Патрушев, А.И. Германия в XX веке [Текст] / А. И. Патрушев. – М.: Дрофа, 2004. – 432 с.
31. Печищева, Л. А. Германно-индийское стратегическое партнерство в начале XXI века [Текст] / Л. А. Печищева. – М. : Изд-во МГОУ, 2011. – 127 с.
32. Погорельская, С. В. Внутривнешнеполитические аспекты новой германской внешней политики [Электронный ресурс] / С. В. Погорельская // Мировая экономика и международные отношения. – М., 2001. – № 7. – 9 с. – Режим доступа : http://old.Nasledie.ru/poIitvne/18_8/article.php?art.
33. Погорельская, С. В. Неправительственные организации и политические фонды во внешней политике Федеративной Республики Германии [Текст] / С. В. Погорельская. – М. : Наука, 2007. – 207 с.

34. Рудько, С. О. Зовнішня політика та політичні системи Французької Республіки та Федеративної Республіки Німеччини [Текст] : підручник із курсу / Рудько Сергій Олексійович. – Острог : Вид-во НаУОА, 2015. – 298 с.

35. Сокол, С.М. Місце України в зовнішній політиці Німеччини в Східній Європі на сучасному етапі [Текст] / С. М. Сокол // Магістеріум: історичні студії. – К., 2007. – 8 с.

36. Солошенко, В. В. Науково-технічне та гуманітарне співробітництво України й Німеччини в 90-ті рр. ХХ ст. [Текст] / В. В. Солошенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія : Вип. 47. – К., 2000. – 7 с.

37. Старостенко, Г. Німецьке бачення нового європейського порядку та Україна у ньому [Текст] / Г. Старостенко // Науковий вісник дипломатичної академії України. – К., 2002.

38. Федякин, А. В. Зарубежный опыт политики формирования позитивного образа государства: сравнительный анализ теории и практики [Текст] / А. В. Федякин. – М. : Библиогр, 2009. – 258 с.

39. Томчин, А. Б. Наблюдая за немцами. Скрытые правила поведения [Текст] / А. Б. Томчин. – М. : РИПОЛклассик, 2010. – 528. с. .

40. Топоркова, О. А. Международные и внутренние факторы интеграции восточных и западных немцев в конце ХХ - начале ХХІ [Текст] : авторефер. дис. канд. истор. наук / О.А. Топоркова. - М., 2012. - 26 с.

41. Хакке, К. Великая держава поневоле (внешняя политика Федеративной Республики Германии) [Текст] / К. Хакке. – М.: АО “Буклет”, 1995. – 319 с.

42. Химинець, В. В. Німецькі політичні фонди в Україні: досвід і перспективи діяльності (1990-ті – 2005 роки) [Текст] / В. В. Химинець // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. – Чернігів, 2006. – Вип. 34. – Серія: Історичні науки. – №4. – 10 с.

43. Чепуренко, А.Ю. Інститут демоскопії Алленсбах [Текст] / А. Ю. Чепуренко // Социс. – К., 2000. – № 10. – 5 с.

44. Шульце, Х. Краткая история Германии [Текст] / Х. Шульце. – М.: “Весь Мир”, 2004. – 256 с.
45. Шульце, Х. Немецкий поиск национальной идентичности: бесконечный процесс [Текст] / Х. Шульце // Вестник Мирового общественного форума «Диалог цивилизаций». М.: Андреевский флаг, - 2004. - № 3. – 10 с.
46. Щурко, О. Чинники формування міжнародного образу держави: принципи класифікації [Електронний ресурс] / О. Щурко. – Режим доступу: <http://www.postua.info/shchul>.
47. Юрий, М.Ф. Политология [Текст] : підручник / М. Ф. Юрий. – К. : Дакор, КНТ, 2006. – 279 с.
48. Anholt S. Nation-brands of the Twenty-first Century, in: Journal of Brand Management, 5,6/1998. – 11 s.
49. Arnold H. Kulturexport als Politik? Aspekte auswaertiger Kulturpolitik // Tuebingen- Basel. – Erdmann, 1976. – 309 s.
50. Bundesakademie fuer Sicherheitspolitik. Sicherheitspolitik in neuen Dimensionen. Hamburg, Berlin, Bonn: Verlag E.S. Mittler & Sohn GmbH, 2009. - 607 s.
51. Franz K. Stanzel, „Der literarische Aspekt unserer Vorstellung vom Charakter fremder Voelker“. Verlag der Oesterr. Akad. d. Wiss. – Wien, 1974. – 309 s.
52. Black G. C. Integrierte Kommunikation am Beispiel des Einsteinjahres 2010. Das Wissenschaftsjahr des Bundesministeriums fuer Bildung und Forschung Regierungs - PR. Oeffentlichkeitsarbeit von Bundesregierung und deren Beratern / Koehler M. M., Schuster Ch. II., 2011. – 223 s.
53. Grossmann A. Das Image der Bundeswehr. Marburg: Tectum Verlag. – 2006. – 82. s.
54. Genscher H.-D. Deutsche Aussenpolitik. – Verlag Bonn Aktuell, 1977. – 239 s.

55. Hannappel M. Das Image einer deutschen Eliteuni. - Saarbruecken.: VDM Verlag Dr. Mueller, 2006. – 165 s.

56. Hellmann G. Das neue Selbstbevvusstsein deutscher Aussenpolitik und die veraenderten Standarts der Angemessenheit // Isbaden: VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. – 24 s.

57. Heye U.- K. Kommunikation als Dienstleistung. Die Neuorientierung des Bundespresseamtes // Vorgaenge Heft. Zeitschrift fuer Buengerrechte und Gesellschaftspolitik, 2002. – №2. – 80 s.

58. Teltschik H. Deutsche Wiedervereinigung / Genutzte und versaemte Chancen in der Aussenpolitik // Konrad Adenauer Stiftung. – 2009. – 13 s.

59. Schwann A. Werbung statt Waffen. Wie strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik veraendert. Bonn: - VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, 2011. 400 s.