Ткаченко О.*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІМІДЖУ НІМЕЧЧИНИ В СВІТОВИХ ЗМІ

Стаття присвячена проблемі формування національного іміджу Німеччини у глобальних медіа. Стаття акцентує увагу на тому, що національний імідж є одним із ключових елементів зовнішньої політики кожної країни, який може суттєво впливати на відносини з іншими акторами на міжнародній арені. По-друге, розглядається імідж Німеччини в системі засобів масової інформації, які сьогодні грають вирішальну роль в процесі створення та покращення іміджу країни закордоном. Дана стаття аналізує ставлення до Німеччини та доводить важливість медіа фактору в процесі будування бренду, який сьогодні є успішним.

Ключові слова: *міжнародний імідж країни, інформаційні ресурси держави, рейтинг, засоби масової інформації, бренд Німеччини, BBC World Service.*

Article deals with a problem of formation of national image of Germany in global media. Article focuses on the fact that national image is one of the key elements of foreign policy of each country which can significantly influence on the relations with other actors on the international arena. Secondly, the image of Germany in the system of world mass media which plays today a crucial role in the course of creation and improvement of image of the country abroad is considered. This article analyzes the relation to Germany and proves the importance of media factor in the course of construction of a brand which today is successful.

Keywords: *international image of the country, information resources of the state, rating, mass media, brand of Germany, BBC World Service.*

Статья посвящена проблеме формирования национального имиджа Германии в глобальных медиа. Статья акцентирует внимание на том, что национальный имидж является одним из ключевых элементов внешней политики каждой страны, который может существенно влиять на отношения с другими актерами на международной арене. Во-вторых, рассматривается имидж Германии в системе средств массовой информации, которые сегодня играют решающую роль в процессе создания и улучшения имиджа страны за рубежом. Данная статья анализирует отношение к Германии и

---

* студентка 2 курсу магістратури спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц. Яковець А.В.

доказывает важность медиа фактора в процессе строительства бренда, который сегодня есть успешным.

Ключевые слова: *международный имидж страны, информационные ресурсы государства, рейтинг, средства массовой информации, бренд Германии, BBC World Service.*

Для Німеччини у сучасній системі міжнародних відносин відведена важлива роль. Німеччина взяла на себе міжнародну відповідальність, яка випала країні внаслідок змін у світовій політиці, і тепер, разом зі своїми європейськими і трансатлантичними партнерами активно виступає за демократію, права людини й діалог культур. Німеччина займає одну із головних позицій серед країн-лідерів Європи в процесі прийняття важливих рішень. Свідченням цього є те, що в умовах глобальної економічної кризи Німеччина як лідер ЄС виступає з власними пропозиціями які вирішують проблеми не тільки німецької економіки, а й Європейського Союзу в цілому. У німецької економіки - найбільш позитивний імідж у світі. До такого висновку прийшли фахівці центру маркетингових досліджень Costumer Research North America і консалтингової фірми Simon Anholt. Слідом за Німеччиною розмістилися інші країни: Франція, Великобританія, Канада, Японія, Італія і США. Досить важливим чинником формування іміджу держави, особливо на міжнародній арені, є його інформаційна складова. Це можна пояснити тим, що ми живемо в глобалізованому світі, де інформаційні технології набувають все більшого значення, а інформація стає важливою «зброєю в руках міжнародних акторів». І тому саме від інформації, яка буде формуватися ззовні держави (оцінка інших держав іміджу тієї чи іншої країни) чи з середини залежатиме образ тієї чи іншої держави.

Міжнародний імідж держави, вважають дослідники, має бути простим і схематичним. Як зазначає К. Гаджієв, компактність іміджу, його простота і доступність для широких верств населення досягаються шляхом відсікання непотрібних, з погляду його творців, граней і ознак та наголошення на тих характеристиках, які здатні або, у всякому разі, покликані відтінити специфічність і унікальність об’єкта. Також мають значення такі характеристики як насиченість інформацією, значне емоційне навантаження за допомогою обмеженого набору символів; динамічність, яка включає здатність швидко і оперативно переробляти та подавати відповідно до призначення іміджу зміни внутрішніх і зовнішніх реалій; закамуфльована ідеалізація певного комплексу якостей, що не має помітно суперечити настановам і мінливим психологічним очікуванням цільової аудиторії [1].

Серед зовнішніх чинників формування міжнародного образу держав на сучасному етапі виділяють важливі світові стандарти, що сформовані міжнародною спільнотою, задекларовані у нормах міжнародного права, документах міжнародних організацій, фіксуються щорічними рейтингами міжнародних організацій та рейтингових агентств. Це так звані загальносвітові рейтинги (індекси), які спрямовані на порівняльну оцінку розвитку державного управління та економіки, розповсюдженні корупції та поширенні новітніх технологій, рівня демократії у всіх країнах світу тощо. Вони ілюструють привабливість (або непривабливість) спільноти і стосуються економічних показників, рівня добробуту, якості життя, прав людини, норм урядування, свободи преси, рівня корупції тощо. Отже, світові рейтинги формують сприйняття країни міжнародною спільнотою.

До найважливіших індексів, які впливають на формування іміджу тієї чи іншої держави належать [2]:

− Індекс глобальної конкурентоспроможності (один з найбільш відомих світових індексів, який щорічно складається Всесвітнім економічним форумом у Давосі (Швейцарія))

− Індекс сприйняття корупції (ІСК) (щорічно розраховується міжнародною організацією Transparency Internetional);

− Індекс електронної участі громадян (оцінює якість та корисність інформації та послуг, яі за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій уряд надає громадянам з метою залучення до прийняття управлінських рішень);

− Індекс готовності до електронного урядування (розраховується ООН);

− Індекс економічної свободи та інші

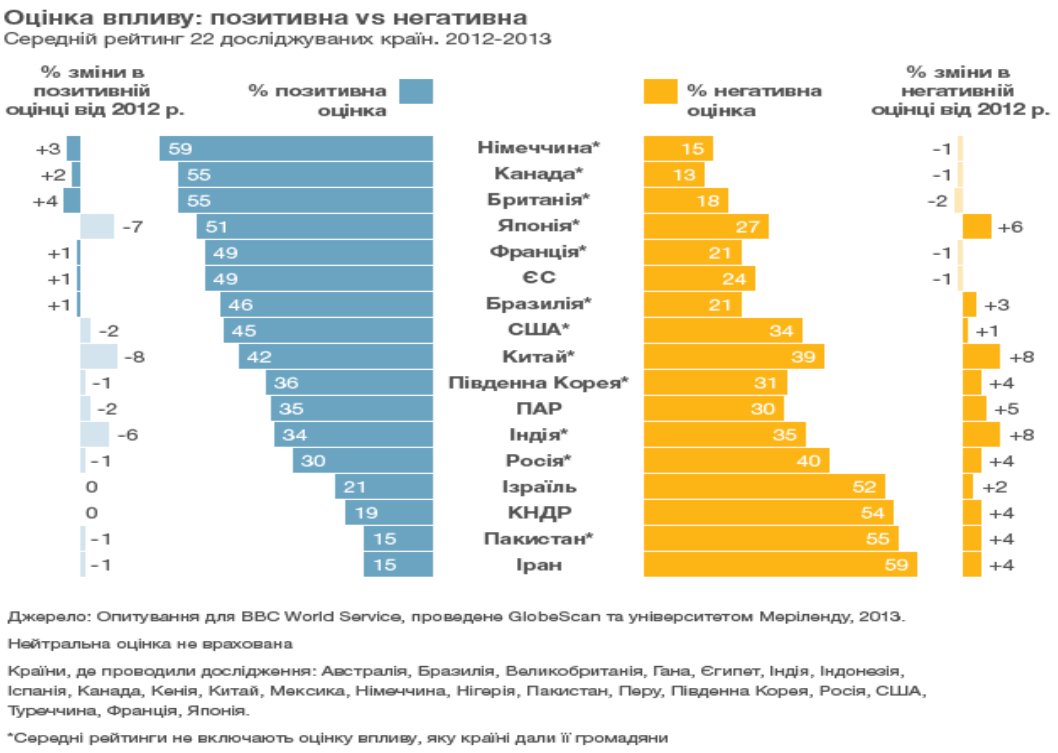
Важливою складовою участі держави в сучасному глобальному світі є її адекватне інформаційне представлення, здатність до наповнення власного інформаційного поля а також до продукування експортного інформаційного продукту. Інформаційне поле країни наповнюються не залежно від того в достатній мірі виробляється національний інформаційний продукт чи ні, наповнення інформаційного простору держави та задоволення інформаційних потреб населення, бізнесу тощо обмежується виключно можливостями інформаційних мереж.

Інформаційна складова іміджу держави є досить важливою для формування позитивного іміджу держави. При цьому можна зробити висновок, що в даному контексті, імідж держави буде прямим чином залежати від інформаційної політики держави. Адже інформаційна політика держави, в свою чергу створює умови для належної присутності держави на світовій арені.

Одну з головних ролей в конструюванні іміджу держави відіграє інформаційна політика держави, котра створює можливості формування власного інформаційного поля. Адже в сучасному глобалізованому суспільстві інформація стає тим ресурсом, який дозволяє забезпечити своїй державі процвітання у будь-якій сфері.

Згідно з опитуванням громадської думки, проведеним для BBC World Service [3], найкраще у світі ставляться до Німеччини. Позитивно вплив країни оцінили понад 59% респондентів. У верхівці рейтингу позитивного впливу в світі також Канада (55%) і Великобританія (55%), однак якщо 18% опитаних вважають британський вплив негативним, то у випадку Канади негативну оцінку зовнішньополітичної діяльності дали лише 13% респондентів.

Німеччина повернула позицію лідера після того, як минулого року найпопулярнішою була Японія. Єдиною країною, яка переважно негативно оцінила діяльність Німеччини, стала Греція.



Джерело: Опитування для BBC World Service, проведене GlobeScan та університетом Меріленду, 2013.

Нейтральна оцінка не врахована

Країни, де проводили дослідження: Австралія, Бразилія, Великобританія, Гана, Єгипет, Індія, Індонезія, Іспанія, Канада, Кенія, Китай, Мексика, Німеччина, Нігерія, Пакистан, Перу, Південна Корея, Росія, США, Туреччина, Франція, Японія.

*Середні рейтинги не включають оцінку впливу, яку країні дали її громадяни

рис.1 Рейтинг іміджу Німеччини у світі

Багато греків вважають, що Німеччина, яка стояла біля витоків євро, змушує грецький уряд впроваджувати політику жорсткої економії, щоб врятувати єдину валюту. Однак інші країни вітають рішучість канцлера Ангели Меркель у подоланні фінансової кризи [4].

Німців називають бездушними та егоїстичними «всезнайками» не лише в південно-європейських країнах, як-то Греції, Італії та Іспанії. Такі негативні відгуки побутують майже в усьому світі. Навіть там, де Німеччина традиційно має високу репутацію.

Про це в книзі "Такими нас бачить світ" розповідають 15 німецьких кореспондентів, які працюють в різних куточках світу. Журналісти з власного досвіду знають, як німців сприймають за кордоном. Звісно, ці результати не є репрезентативними, але основою для них стали особисті зустрічі та розмови як з простими мешканцями, так і з представниками так званої еліти, з якими журналістам доводилося спілкуватися.

"Нас поважають, але не люблять", - каже Ганні Гюш. Останніми роками вона працює в США кореспондентом першого німецького телеканалу ARD. Її дивує те, що така нелюбов та погані риси, які приписують німцям, не мають негативних наслідків для них. Захоплення позитивними рисами все-таки переважає серед громадян інших країн. Незважаючи на критику, в усьому світі німців вважають працездатними, дисциплінованими, добре організованими та продуктивними. Такої думки дотримуються навіть італійці й греки, які ще недавно на демонстраціях в Афінах тримали в руках транспаранти із зображенням Анґели Меркель у нацистській уніформі. Так вони висловлювали своє невдоволення тим, якими засобами уряд ФРН рятує євро [5].

"Греки поважають досягнення німців, а також ті риси, які дозволяють їм долати кризу в Єврозоні", - переконаний журналіст DW Янніс Пападимітріу. За його словами, у Греції з'явилася навіть нова тенденція до більш примирливої тональності щодо німців: "Тепер стало зрозуміло, що Німеччина не має наміру кинути греків".

Але головним сюрпризом виявилося те, що, як майже одностайно заявили всі німецькі кореспонденти, інтерес до Німеччини і німців зростає. Навіть після свого возз'єднання Німеччина впродовж тривалого часу вела себе на міжнародній арені доволі скромно та стримано. У вирішенні багатьох конфліктів німці або зовсім не брали участі, або пропонували лише мінімальну підтримку.

З тих пір, як німецькі політики змушені займати та захищати свої позиції у вирішенні проблем в Єврозоні, позиція Німеччини стала більш чіткою та яскраво вираженою. За словами німецьких кореспондентів в різних країнах, це не лише не відлякує, але й робить Німеччину й німців більш привабливими.

Часто німці навіть не мають поняття, наскільки ними захоплюються. Тим більше розчарування в тих країнах, коли вони розуміють, що німці далеко не завжди відповідають їхнім уявленням. "У Китаї, приміром, вважають, що Німеччина - просто чудова країна, адже вона дала світові стількох філософів, музикантів та науковців", - каже Ернінг Чу, журналіст китайської редакції Deutsche Welle. - На жаль, німці не є таким

ангажованими. … Вони занадто загрузли у своїх законодавчих регулюваннях і не дуже здатні конструктивно вирішувати проблеми на особистому рівні".

Також розчаровані німцями багато бразильців. Останніми роками країна зробила надзвичайно великий розвиток. Утім, німецький канцлер відвідала цю країну лише один раз. За цей же період вона, до прикладу, побувала в Китаї аж шість разів.

Імідж німців у Туреччині доволі неоднозначний. Багато турків та членів їхній сімей жили та працювали в Німеччині. Між народом двох країн склалися дружні відносини. Однак до німецьких політиків у Туреччині ставляться не дуже прихильно. Причиною цього став той факт, що члени неонацистського відділення "Націонал-соціалістичне підпілля" могли кілька років поспіль безкарно вбивати громадян турецького походження у Німеччині, а також те, як у цій ситуації вели себе політики.

Крім того, уряд ФРН виступає проти повноцінного членства Туреччини в Євросоюзі. "Тут було зроблено багато помилок", - каже німецький кореспондент Юрген Ґоттшліх. - Туреччина нині відвертається від німців і працює над тим, щоб перетворити Стамбул на місток для розвитку економічної співпраці з Азією та арабськими країнами".

Росії, Польщі, Ізраїлі та США німцям уже майже не дорікають злочинами, скоєними під час Другої світової війни. Але те, що німців вважають усталеними демократами, що для багатьох сучасна Німеччина асоціюється саме з новим поколінням німців, здивував багатьох кореспондентів. В Ізраїлі Німеччину називають кращим другом і союзником. У Польщі, країні, якій німці принесли стільки страждань, міністр закордонних справ закликає Німеччину проявити більше мужності в політичній діяльності і не боятися займати більш владні позиції. А США вже давно очікують, що Німеччина стане активнішою на світовій політичній арені [6].

Для пересічних громадян цих країн нацистське минуле Німеччини не відіграє майже жодної ролі. З часів чемпіонату світу з футболу, який проходив у Німеччині 2006 року, британці, приміром, все ще, модна сказати, закохані в нову Німеччину. Росіянам подобається німецька система охорони здоров'я. Американці й мешканці арабських країн захоплюються німецькими автомобілями, пивом та якістю багатьох продуктів "зроблено в Німеччині". Раніше в будь-якому фільмі про Джеймса Бонда зловмисником обов'язково був німець. Але нині це вже не так, констатує Ганні Гюш.

Німеччина платить найбільшу частину антикризової фінансової допомоги, яку виділяє ЄС. Попри це, у багатьох кризових країнах німців критикують за їхню жорстку позицію. Головною мішенню критики - є Анґела Меркель.Анґелі Меркель, певно, вже остогидли ці фотомонтажі, на яких вона зображена в уніформі або з вусами Гітлера.

Опоненти політики заощадження, яку обстоює Німеччина, від початку єврокризи регулярно вдаються до порівнянь німців із нацистами.

Канцлер Анґела Меркель вже перебувала в фокусі нищівної критики. Це було під час протестів проти політики заощадження у Греції. Коли Меркель приїхала до Афін, щоб продемонструвати свою солідарність із проблемами країни, багато демонстрантів вийшли на вулиці в нацистській формі.

В Італії теж зросла напруга. Деякі ЗМІ свідомо підбурювали настрої проти Німеччини. "Quarto reich - Четвертий рейх" – такий заголовок дала газета Берлусконі "Іль Джорнале" в 2013 році. І фото Меркель з припіднятою правою рукою - натяк на нацистське привітання. Німці замінили гармати на євро, писав тоді головний редактор Алессандро Саллусті.

Коли у середині 2013 року Анґела Меркель приїхала з візитом до Іспанії, протести вирували й там. "Ні – німецькій Європі", "Не треба "четвертого рейху", Меркель!" – такими були гасла. А на окремих транспарантах була зображена свастика. Власне, в Іспанії, на відміну від Греції або Італії, історично ніколи не було антинімецьких настроїв, пояснює іспанський політолог Фернандо Валлеспін .

Поляки зовсім інакшими очима почали дивитися на канцлерку ФРН Анґелу Меркель. З'ясувалося, що її дідусь Людвіґ Казмерчак був поляком і 1918 року як польський солдат боровся проти німців під час Першої світової. Про це повідомила найвпливовіша польська газета «Gazeta Wyborcza». У ті часи Польща була поділеною і фактично не існувала як держава. Дідусь Меркель, власне, й боровся за відновлення польської державності.

В 2013 році іспанська щоденна газета «El Pais» опублікувала (а потім вибачилася) статтю, в якій говорилося, що консервативний канцлер Ангела Меркель "наче Гітлер, оголосила війну решті континенту". Автор колонки економіст Хуан Торрес Лопес написав, зокрема, що "Меркель, як і Гітлер, оголосила війну Європі, щоб зберегти життєво необхідний для Німеччини економічний простір". На думку Лопеса, Меркель захищає великі банки і корпорації Німеччини ціною благополуччя європейських країн і мешканців Німеччини, де на половину населення припадає всього один відсоток добробуту. Матеріал викликав шквал критики в Європі, насамперед у Німеччині, і незабаром після публікації його видалили зі сайту. Видання висловило свої вибачення, назвавши публікацію колонки помилкою.

Стосунки німців та британців ніколи не були простими. Щоденна британська газета the Daily Mail писала про події на Кіпрі в 2013 році, як "про один із найприкріших і найаморальніших політичних вчинків новітньої ери". Автори порівняли Німеччину із

звичайним злодієм через те, у який спосіб, за її вказівкою, влада Кіпру повелася із вкладниками банків: "Люди, які грабують бабусь на вулиці, або нападають на машини інкасаторів, заслуговують на те, щоб їх називали злодіями".

В квітні 2014 року американський журнал Time назвав найвпливовіших людей світу. Учасників ТОП-100 розподілили за категоріями: «титани», «піонери», «художники», «лідери» і «ікони». У список «Лідерів» потрапили американський президент Барак Обама, держсекретар США Джон Керрі, канцлер Німеччини Ангела Меркель.В рейтингі журналу Forbes в 2013 німецький канцлер Ангела Меркель посіла 5 місце.

Німеччина в очах американців знаходяться на високому рівні. 59 % американців говорять, що Німеччина справляє сильне враження. Це найвищий показник за останні десять років. У ході репрезентативного опитування компанії Magid , результати якого були представлені німецьким посольством у Вашингтоні, були опитані 1517 респондентів у віці від 18 років. Як показало дослідження , американці не тільки відчувають симпатію до колишнім супротивникам у Другій світовій війні , а й визнають зростаюче економічне і політичне значення Німеччини. Американці назвали Німеччину головним міжнародним партнером серед неангломовних країн: Великобританія (69 %); Канада (61 %); Німеччина (43 %); Китай (42 %); Японія (38 %); Франція (33 %) [7].

На відміну від самих німців, американці приписують їм не тільки економічні та технологічні, а й провідні політичні позиції. 60 % респондентів назвали Німеччину « сучасним і прогресивно мислячим » суспільством ; 57% сказали, що Німеччина є великою економічною державою ; 57 % вважають , що німці грають важливу роль в ООН і міжнародній політиці ; 47 % вважають, що Німеччина сприяє розвитку демократії і миру на Землі ; У рамках Європи Німеччина грає стабілізуючу (51 %) і конструктивну (41 %) роль. Менше американців , ніж у попередніх опитуваннях , охарактеризували відносини між США і Німеччиною як позитивні. До того ж опитування проводилося в листопаді , незабаром після скандалу з прослуховуванням мобільного телефону Ангели Меркель. 42 % американців характеризують відносини між Німеччиною і США «добрими» (у 2011 цей показник склав 50 %) , 48 % вважають їх нейтральними і тільки 10 % - поганими.

У кожному разі, ці цифри далекі від тих , що були за часів війни в Іраку, коли у відносинах двох країн переважали розбіжності. За даними Magid , в 2003 році тільки 17 % респондентів охарактеризували відносини «добрими». Самі американці вважають , що німці добре ставляться до них і до країни : 43 % вважають , що німці люблять їх і їхню країну, 20 % дотримуються протилежної думки. У 2011 році ці показники становили 50 і 15 % (у 2009 цей показник дорівнював 42 і 22% , в 2008 - 43 і 21 %).

Насправді позиція німців стосовно США набагато критичніше. В опитуванні телеканалу ARD , проведеному на початку листопада 2013 року, тільки 35 % німців сказали , що вони довіряють США , 61 % дотримується протилежної думки. У ході візиту держсекретаря США Джона Керрі до Берліну , мабуть, ні Меркель , ні міністр закордонних справ Франк- Вальтер Штайнмайер не сподівалися на формальні вибачення у зв'язку з прослуховуванням. Дивним виглядає результат нещодавно проведеного дослідження Win- Gallup. 17 % німців назвали США найбільшої загрозою миру на Землі.

Країною-партнером для Німеччини, на думку німців, є Франція. Саме з Францією бажають найбільш тісно співпрацювати 69% німецького населення. При слові «Німеччина» більшість французів відразу думають про канцлера Ангелу Меркель. Результати досліджень інституту вивчення громадської думки Ifop в 2013 році, показали , що при слові « Німеччина» вже мало хто з французів згадує Гітлера і пиво. З точки зору їх сусідів, німці, насамперед, старанні і серйозні, дисципліновані під час роботи , солідні і порядні. Агенство підкреслює, що багато французів приводять федерального канцлера Німеччини Ангелу Меркель як приклад типового німця. У молодих французів вона більш популярна. До того ж, вони заявили, що довіряють Меркель більше, ніж президенту. Асоціації «серйозний» і «суворий» найчастіше приходили на розум французам при слові «німець», найрідше «війна», «Гітлер », «Європа», «союзник », та «пиво».

Отже, можна зробити висновок, що Німеччина має позитивні оцінки серед населення в Європі і користується неабиякою популярністю в світі. Нині Німеччина має одне з найпривабливіших у світі міжнародних іміджів, що підтверджують, зокрема, опитування громадської думки і соціологічні дослідження як в самій ФРН, так і в інших країнах. Такий результат досягнутий передусім завдяки спеціально організованій, цілеспрямованій і систематичній діяльності.

Список використаних джерел:

1. Акайомова А. Особливості іміджу як складової політичного маркетингу / А. Акайомова // Політичний менеджмент. - 2010. - №1. - С. 54

2. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави / В. Данилов // Політичний менеджмент. - 2009. - №2. - С. 67-72.

3. Шевченко О.В. Теоретичні аспекти оцінювання міжнародного бренду країни / О.В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - К., 2008. - Вип.. 79, ч.1. - С. 91-100.

4. У світі найвище оцінюють Німеччину – опитування [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2013/05/130522_bbc_poll_influence_it.shtml
5. Як сприймають Німеччину в світі [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.dw.de/як-сприймають-німеччину-в-світі/a-16703185
6. Німеччина - європейське опудало? [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.dw.de/німеччина-європейське-опудало/a-16694157
7. Імідж Німеччини серед британців покращується [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.dw.de/імідж-німеччини-серед-британців-покращується/a-16819676