

§7 ДИПЛОМАТИЯ

Хауер-Тюкаркина О.М.

ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА СОВРЕМЕННОЙ ФРГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

Аннотация. Предметом исследования является внешняя культурная политика современной ФРГ, служащая ключевым традиционным инструментом формирования позитивного внешнеполитического имиджа государства. Автор рассматривает основные направления внешней культурной политики ФРГ, выделяет ключевые платформы и стратегии, позволяющие повысить конкурентоспособности политического имиджа актора, определяет цели и задачи современной внешней культурной политики Германии. В статье анализируется историческое развитие культурной политики Германии, описываются ключевые этапы трансформации немецкой Kulturpolitik, ставшей основой имиджевого позиционирования ФРГ после Второй мировой войны. Методология исследования включает исторический метод, метод сравнительного анализа. В качестве эмпирической базы автор использует данные современных стратегий МИД ФРГ по культурной политике. Новизна исследования заключается в анализе трансформации культурной политики ФРГ, начиная с первых десятилетий XX века до сегодняшнего дня. В статье анализируются основные направления культурной политики современной ФРГ, дается обзор основных культурных программ, направленных на улучшение имиджа Германии, пострадавшего после Второй мировой войны.

Ключевые слова: внешняя культурная политика, имидж государства, ФРГ, Германия, мягкая сила, имидж ФРГ, имиджевая стратегия, культурная политика, культурная дипломатия, образ.

Abstract. The subject of this article is the cultural foreign policy of modern Germany that became a key traditional tool for the forming of a positive image of the state in terms of foreign policy. The author examines the major vectors of German cultural foreign politics, outlines key platforms and strategies that allow to

enhance the competitiveness of the actor's political image, defines the aims and goals of modern cultural foreign policy of Germany. The article analyzes the historical development of cultural politics of Germany, describes the key stages of German's Kulturpolitik's evolution that became the basis of German's post World War II political image. The methodology of this work includes historic method, and the method of political analysis. The empirical basis employed by the author includes the data on modern strategies of German Ministry of Foreign Politics in cultural policies. The novelty of this work is the analysis of transformations of cultural policies of Germany, starting at the first decades of the XXth century to the present day. The article provides a survey of the main cultural programs aimed to improve the image of Germany which suffered significant damage after World War II.

Key words: *foreign policy of the state, image of the State, Federal Republic of Germany, Germany, Soft power, The image of Germany, Image strategy, Cultural policies, cultural diplomacy, image.*

Имидж современной Германии является более чем просто позитивным, о чем свидетельствуют результаты многочисленных имиджевых исследований. Так, согласно исследованию, проведенному BBC в 2011 году среди 27 государств, Германия стала страной с самым позитивно воспринимаемым имиджем, оцененным 62 процентами респондентов как положительным [1]. Несмотря на позитивное восприятие образа ФРГ в мире, правительство государства использует комплекс технологий, направленных на поддержание положительного внешнеполитического образа страны. При этом опорой имиджевой политики выступают как традиционные инструменты, так и новейшие технологии по улучшению образа государства. Одним из самых значительных инструментов имиджевой политики ФРГ является внешняя культурная политика, призванная в долгосрочной перспективе стимулировать повышение лояльности по отношению к ФРГ среди ключевых целевых аудиторий.

В рамках внешней культурной политики правительство современной Германии совместно с МИД ФРГ и другими некоммерческими организациями реализует различные проекты, среди которых можно выделить:

Цели и задачи внешней культурной политики, а также методы ее реализации менялись во времени, постоянно адаптируясь к существующим политическим реалиям. Так, перед Первой мировой войной культурная политика Германии приравнивалась к военной пропаганде, апеллирующей к национальным чувствам и призванной оказать мобилизирующее влияние на массы. В период существования Веймарской республики внешняя культурная политика перестает быть средством идеологической борьбы. Она фокусируется на поддержке немцев за рубежом, про-

движении немецкого языка, стимулировании академических обменов. В рамках министерства иностранных дел создается отдел по поддержке немцев за рубежом и культурным вопросам.

Во время существования Третьего рейха фокусом культурной политики вновь становится пропаганда. Министерство народного просвещения и пропаганды продвигает «исконно» немецкие ценности, уничтожая все то, что не является «полезным» для нации: книги многих великих мыслителей, полотна выдающихся художников становятся дегенеративным искусством. Репрезентацией страны и ее мощи в то время служат различные платформы, начиная от Олимпийских игр в Берлине 1936 года, заканчивая проведением культурных мероприятий, демонстрирующих «исконно немецкое искусство», основой которого становятся описание деревенского уклада и быта Германии, романтические и героические мотивы.

В первые годы после Второй мировой войны внешняя культурная политика страны сфокусирована на следующих направлениях [2]:

1. восстановление культурных связей с другими государствами,
2. возврат авторитета страны, утраченный во время национал-социализма,
3. поддержка немецких эмигрантов за рубежом.

Проблематика восстановления отношений с другими государствами получает новое измерение в связи с ростом влияния культуры в политике и изменениями мировых политических реалий. Идеологическое противостояние двух блоков приводит к необходимости расширения влияния на «нейтральные государства». Так как методы «жесткой силы» в идеологической борьбе не являются действенными, ставка делается на «мягкую силу».

Обзор основных программ по улучшению имиджа ФРГ. Автор Хауер-Тюкаркина О.

Задача	Инициатива
Повышение привлекательности образа страны	• Кампания «Германия – страна идей»
Создание устойчивого имиджа современной страны с привлекательной культурой и образом жизни	• Проведение года Германии (например, 2012 год – немецко-российский год; 2011 – Германия и Индия: безграничные возможности)
Продвижение немецкого языка за рубежом	• Институт имени Гёте • Кампания «Немецкий язык – язык идей» (инициатор – министр иностранных дел Г. Вестервелле) • Ряд кампаний, реализованных в конкретных странах. Например, кампания «Lern Deutsch!» (Учи немецкий!), проведенная в России в 2010 году.
Усиление положения Германии как ключевого образовательного и культурного центра	• Немецкая служба академических обменов (DAAD) • Фонд имени Гумбольдта • Кампания «Study in Germany – Land of Ideas» (Учись в Германии – стране идей) • Проект «PhD Germany» (Аспирантура в Германии) • Научно-исследовательский проект «Research in Germany» (Исследуй в Германии) • Партнерские связи на уровне школ и университетов: PASCH – Schulen: Partner der Zukunft (Школы – партнеры будущего). • Экспорт культуры: выставки (Искусство просвещения, Китай), кинофестивали (Фестиваль немецкого кино, Москва), книжные ярмарки и т.д.

В 60-е годы для Германии, разделенной на две части и фактически не имеющей политического голоса на мировой арене, внешняя культурная политика становится одним из ключевых направлений позиционирования страны: активное членство в культурных организациях (с 1951 года ЮНЕСКО), поддержка развивающихся стран, продвижение имиджа страны-правозащитницы и форпоста демократии – все это становится приоритетами внешней политики ФРГ.

Г. Арнольд справедливо отмечает, что как и любое направление политики, культурная политика является политикой продвижения интересов. Целью внешней культурной политики является сделать культуру своего государства влиятельной на международном уровне в интересах собственной страны [2].

Для реализации внешней культурной политики в европейских странах уже в начале конце XIX – начале XX века были созданы соответствующие организации: в Италии Общество Данте Алигьери (1889), во Франции Alliance Française (1893), в Великобритании British Council (1935), в Швейцарии Pro Helvetia (1938). В Германии во времена Веймарской республики были созданы важнейшие культурные организации, призванные представлять страну и ее интересы за рубежом, транслировать ее позитивный имидж

и способствовать продвижению немецких культурных ценностей. В сфере науки ведущей организацией стала Немецкая служба академических обменов – ДААД (Deutscher Akademischer Austauschdienst – DAAD), фонд Александра фон Гумбольдта (Alexander von Humboldt Stiftung), Немецкое исследовательское общество (Deutsche Forschungsgemeinschaft); в сфере культуры такими организациями стали институт имени Гете (Goethe Institut) и созданная в 1952 году организация Inter Nationes, которая позже объединилась с институтом имени Гете.

С 1994 года по поручению Бундестага в ФРГ издается годовой отчет о внешней политике государства. В данном отчете определяются основные цели и направления немецкой внешней культурной политики, намечаются векторы межкультурного взаимодействия со странами всего мира, перечисляются основные институты культурной внешнеполитической деятельности и приводятся данные о реализованных проектах в сфере культурной политики. Все доклады можно просмотреть на сайте Министерства иностранных дел Германии [3].

Так, например, в докладе от 2010/2011 гг. написано, что культурная политика является основополагающим элементом немецкой внешней политики [4].

Стратегия внешнеполитической культурной деятельности ФРГ определяется современными реалиями мировой политики: глобализационными тенденциями, переменой расстановки сил на мировой арене, трансформацией информационного ландшафта (переход к социальным или же «новым» СМИ, отход от традиционных СМИ, ведущих коммуникацию с аудиторией в одностороннем порядке по схеме вещание – восприятие). Новые СМИ предоставляют крупнейшую платформу по интеракции участников процесса коммуникации, при этом у каждого реципиента есть возможность селективного подхода к поданной информации. Таким образом, каждый человек сам определяет источник информации, характер транслируемого сообщения и даже автора сообщения. Т.е., реципиент сам решает, получить ли новости из Twitter в количестве 140 символов или узнать о каком-либо поводе из колонки известного журналиста ведущего новостного издания.

Культурная политика 2011 года прошла под эгидой внешнеполитической концепции, сформулированной министром иностранных дел Германии Guido Westerwelle: «Внешняя культурная и образовательная политика Германии в век глобализации: усиление сотрудничества и партнерства, трансляция немецких ценностей и представление за границей немецких интересов» [4].

Именно эти три компонента, обозначенные в концепции, определяют направленность внешнеполитической деятельности страны в сфере культурной политики. Основные цели немецкой политики «мягкой силы» можно сформулировать следующим образом:

1. Повышение привлекательности образа страны.
2. Создание устойчивого имиджа современной страны с привлекательной культурой и образом жизни.
3. Продвижение немецкого языка за рубежом.
4. Усиление положения Германии как ключевого образовательного и культурного центра.
5. Культурный и образовательный обмен, направленный на приобщение молодежи, интеллектуальных элит зарубежных стран к немецкой культуре.

По оценкам МИД, в год Германия тратит на культурную и образовательную внешнеполитическую деятельность порядка 1,5 миллиарда евро (в 2010 году – 1,513 млрд евро, в 2011 году – 1,513 млрд евро). Несмотря на кризис тенденция к увеличению расходов²⁾, что составляет порядка 0,48% от об-

щего бюджета страны. При этом доля МИД составляет 713,9 млрд евро.

Несмотря на кризис, существует тенденция к увеличению расходов на внешнюю культурную политику, что свидетельствует об эффективности методов «мягкой силы», приносящих в долгосрочной перспективе более устойчивые результаты по сравнению с силовыми методами, которые в погоне за быстрым результатом не принимают в расчет долгосрочный эффект.

В докладе сформулированы ключевые стратегии и ценности немецкой культурной политики:

Культурный диалог. Несколько раз в докладе упоминается необходимость ведения диалога, а не монолога с другими культурами. Данное утверждение более чем справедливо, ведь трансляция культуры не должна превращаться в «улицу с односторонним движением», где ценности навязываются путем бомбардировки реципиентов информацией и инициативами. Немецкая культурная политика в данном случае подает хороший пример эмпатичного и поступательного подхода: учитывая особенности местной культуры и закономерности развития общества, немецкая культурная политика строится на индивидуальном подходе к каждой конкретной стране. При этом ставится цель не «задушить в немецких культурных объятиях» и не внушить с миссионерской настойчивостью идею о прелестях немецкой культуры, а цель привлечь аудиторию, заинтересовать ее и мотивировать, что в последствие становится базой лояльного отношения к стране, ее жителям, ценностям и образу жизни.

Трансляция ценностей немецкой культуры. Основными ценностями являются свобода, демократия и права человека. Эти ценности согласно докладу не должны иметь культурных или национальных границ, а должны уважаться повсеместно. Германия позиционирует себя как страна-защитница данных ценностей.

Ориентация на целевые аудитории. Основным посланником Германии во всем мире является лейбл «Сделано в Германии». В данном случае срабатывает эффект страны происхождения (country of origin effect), который зачастую является определяющим фактором в выборе потребителя. Этикетка «Сделано в Германии» не только выступает гарантом качества и высоких стандартов, но и транслирует позитивный образ страны.

Устойчивое развитие. Культурная политика Германии делает упор на устойчивое развитие

и дальнейшую поддержку реализованных проектов в сфере культуры, образования и т.д. Так, для зарубежных выпускников немецких вузов или стипендиатов различных научных и исследовательских программ постоянно устраиваются встречи, проводятся дополнительные инициативы, призванные поддерживать контакты с студентами, выпускниками, учеными, которые после посещения Германии становятся источником трансляции позитивного образа страны.

Платформой для реализации амбициозных планов в сфере внешней культурной политики ФРГ выступают следующие институты:

- Институт имени Гете (в настоящий момент существует 150 отделений Института в 93 странах мира),
- Германская служба академических обменов (представлена 14 зарубежными отделениями и 50 информационными центрами),
- 10 немецких институтов за границей,
- 140 немецких школ,
- партнерские отношения с 1 530 школами по всему миру,
- культурные и научно-исследовательские фонды (например, фонд Александра фон Гумбольдта),
- радио «Немецкая волна» (Deutsche Welle), вещающее на 30 языках мира.

Так, например, институт имени Гете позиционирует себя как посланник немецких ценностей и немецкой культуры в мире. Миссия института – представить за пределами Германии позитивный образ страны, приобщить другие народы к немецкой культуре. Для выполнения миссии определены следующие задачи:

- приобщить к немецкой культуре с помощью обучения немецкому языку,
- проинформировать о ФРГ,
- представить и распространить современный образ Германии через литературу и разнообразные Интернет-ресурсы (при Институте открыта библиотека с богатым фондом книг, аудио – и видео-ресурсов),
- привлечь к участию в международном диалоге (конкурсы, гранты, стипендии и т.д.).

На сайте Института так формулируется основная задача организации:

Наша работа – возводить мосты между культурами, поверх политических границ, способствовать переосмыслению людей своих представлений о самих себе и иных народах и конструктивно подходить к феномену культурного многообразия. В своей деятельности мы

опираемся на опыт многообразия нашего открытого общества и живую культуру Германии. Обращаясь к сферам культуры, образования и науки, мы находим «темы будущего» в современном глобализованном мире, основанном на взаимопонимании, а значит более гуманным и осознающим культурное разнообразие как достояние. [5]

Сегодня Гёте-Институт представлен 150 отделениями в 93 странах мира. В России Гёте-Институт представлен тремя культурными центрами, которые активно занимаются реализацией значимых внешнеполитических задач в сфере культуры и образования: в Москве, Санкт-Петербурге и Новосибирске. Всероссийская сеть объединяет четыре германо-российских культурных общества, восемь контактных бюро, шестнадцать читальных залов, восемнадцать центров изучения немецкого языка и экзаменационных центров и шестьдесят центров учебной литературы. Институт им. Гёте, в котором работает более 3 500 человек, финансируется правительством Германии. В 2008 году бюджет Института им. Гёте составлял 320 миллионов евро, из них 211 миллионов евро составляли дотации Министерства иностранных дел ФРГ, более 99 миллионов евро институт заработал сам на проведении языковых курсов и приеме экзаменов внутри страны и за рубежом [5].

О значении института имени Гете в своих речах многократно говорила канцлер ФРГ Ангела Меркель. По ее словам, институт Гете является «символом Германии за рубежом», и правительство очень заинтересовано в том, чтобы в мире Германию воспринимали как современное и многогранное государство, являющееся гарантом соблюдения ключевых европейских ценностей – свободы и толерантности [6].

Согласно отчету о деятельности Института в 2011 году [7], фокус реализуемых программ затрагивает следующие проблематики:

- усиление культурного многообразия,
- укрепление гражданского общества,
- поддержка трансформационных процессов в постсоветских странах,
- демократизация обществ,
- возможность познакомиться с культурным наследием стран (в т.ч., за счет перевода иностранной литературы на немецкий язык и наоборот),
- поддержка современного искусства,
- укрепление сотрудничества и установление диалога между деятелями в сфере, науки и

культуры разных стран, их приобщение к немецкой культуре.

Бывший генеральный секретарь ДААД Кристиан Боде отмечает, что система посреднических организаций в системе внешней политики ФРГ «содействует мотивации, самосознанию, развитию творческого потенциала всех задействованных в ее реализации участников, проявляя зачастую больше близости к гражданам, нежели министерские структуры» [8].

Сегодня существует множество немецких организаций, фондов, институтов, ведущих активную деятельность в сфере трансляции положительного образа Германии за рубежом, приобщения к немецким культурным ценностям и т.д. (полный список организаций можно

найти на немецком культурном портале Kulturportal Deutschland [9]). Роль подобных организаций велика, ведь имидж страны за рубежом формируется не только благодаря трансляции образа страны через СМИ, т.е. не только благодаря пассивному восприятию реципиентом информации, а во многом благодаря активному вовлечению в процесс, когда существует возможность узнать страну, посетить ее, поучиться в университете или даже посетить языковые курсы. Данные институты являются коммуникационными платформами имиджа страны, они призваны сформировать позитивный образ Германии как влиятельного культурного центра и источника новых технологий в сфере науки и знаний.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Результаты имиджевого исследования BBC World Service Country Rating Poll 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/2011/03/2011-03-08-bbc-studie.pdf;jsessionid=8D4A3E029875C57A8134E70E94DDB2FC.s2t1?__blob=publicationFile&v=1. Дата обращения 01.09.2012.
2. Arnold H. Auswärtige Kulturpolitik. Ein Überblick aus deutscher Sicht. München – Wien, 1980. С. 15.
3. Сайт Министерства иностранных дел Германии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.auswaertiges-amt.de/> Дата обращения: 09.01.12.
4. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur-und Bildungspolitik 2010/2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/560176/publicationFile/144772/110112>. Дата обращения: 09.01.12.
5. Сайт института имени Гете. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.goethe.de/ins/ru/mos/uun/ruindex.htm>.
6. Немецкая внешняя культурная политика становится предметом предвыборной борьбы. Deutsche Welle. 2008. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.dw.de/dw/article/0,,3700606,00.html>.
7. Das Goethe Institut und Europa. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.goethe.de/uun/pro/pub/Europa-2011-de.pdf>.
8. Bode Ch. Die kulturellen Mittlerorganisationen. In: Bertram Ch., Däuble F. (Hg.) Wem dient der Auswärtige Dienst? Opladen: Leske und Budrich. 2002. S. 158.
9. Немецкий культурный портал. Ссылка на немецкие организации, работающие в сфере культурной политики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kulturportal-deutschland.de/kp/international2.html#5> Дата обращения 09.09.12.

REFERENCES

1. Rezul'taty imidzhevogo issledovaniya BBC World Service Country Rating Poll 2011. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/2011/03/2011-03-08-bbc-studie.pdf;jsessionid=8D4A3E029875C57A8134E70E94DDB2FC.s2t1?__blob=publicationFile&v=1. Data obrashcheniya 01.09.2012.
2. Arnold H. Auswärtige Kulturpolitik. Ein Überblick aus deutscher Sicht. München – Wien, 1980. S. 15.
3. Sait Ministerstva inostrannykh del Germanii. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.auswaertiges-amt.de/> Data obrashcheniya: 09.01.12.
4. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur-und Bildungspolitik 2010/2011. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/560176/publicationFile/144772/110112>. Data obrashcheniya: 09.01.12.

5. Sait instituta imeni Gete. Elektronnyi resurs. Rezhim dostupa: <http://www.goethe.de/ins/ru/mos/uun/ruindex.htm>.
6. Nemetskaya vneshnyaya kul'turnaya politika stanovitsya predmetom predvybornoi bor'by. Deutsche Welle. 2008. Elektronnyi resurs. Rezhim dostupa: <http://www.dw.de/dw/article/0,,3700606,00.html>.
7. Das Goethe Institut und Europa. Elektronnyi resurs. Rezhim dostupa: <http://www.goethe.de/uun/pro/pub/Europa-2011-de.pdf>.
8. Bode Ch. Die kulturellen Mittlerorganisationen. In: Bertram Ch., Däuble F. (Hg.) Wem dient der Auswärtige Dienst? Opladen: Leske und Budrich. 2002. S. 158.
9. Nemetskii kul'turnyi portal. Ssylka na nemetskie organizatsii, rabotayushchie v sfere kul'turnoi politiki. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.kulturportal-deutschland.de/kp/international2.html#5> Data obrashcheniya 09.09.12.