

Общественная дипломатия Германии в конце XX – начале XXI века

Глебов Максим Сергеевич

Студент (магистр)

Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

E-mail: regresnet@inbox.ru

Актуальность развития института общественной дипломатии в Германии обусловлена, прежде всего, экономическими и политическими изменениями, произошедшими в европейских государствах в конце XX века. Объединение Германии и распад СССР, особенно вывод советских войск из стран Восточной и Центральной Европы, изменили не только соотношение сил, но и стратегическую ситуацию в Европе[1].

Объединение ГДР и ФРГ в 1990 году усилило позиции Германии на международной арене и совпало с большей ответственностью, особенно в Европе. Германия - это не только один из лидеров мировой экономики, но и страна от которой в большой мере зависит современная система европейской безопасности.

Положительный имидж является инструментом улучшения экономического положения страны в мире. А общественная дипломатия как один из важнейших инструментов формирования и поддержки этого имиджа стала незаменимым компонентом во внешней политике государства[5].

В целях создания и укрепления диалога, построения взаимовыгодных отношений, организации общественной дипломатии используют медиа, акции, собрания, такие как круглые столы, языковые курсы или выставки, а также обмен научными и творческими кадрами с целью передачи информации об образе жизни, политической и экономической системе и творческих достижениях[3].

Общественная дипломатия Германии основывается на следующих принципах:

- 1) Содействие интересам культурной и образовательной политики Германии за рубежом.
- 2) Создание и поддержка позитивного имиджа Германии за рубежом.
- 3) Создание стабильного фундамента для межгосударственных связей и диалога между людьми разных национальностей.
- 4) Поддержка интеграционных процессов в Европе[7].

Общественная дипломатия в 90-е годы была призвана оказать влияние на отношение общественности к политике и интересам Германии, побуждать действие в их поддержку.

Эта стратегическая цель, до сих пор обозначает траекторию современной немецкой общественной дипломатии.

Вместе с тем необходимо отметить, что успешная и устойчивая общественная дипломатия Германии учитывает региональные и страноведческие специфические особенности, используя общие интересы на двустороннем формате[8,9].

Современная Германия воспринимается общественностью, - не только как один из самых влиятельных акторов в ЕС, но и важнейшим научным, образовательным, экономическим и культурным центром. Что и подтверждается данными социологического опроса проведенного BBC World Service в 2011 году, Германия стала страной с самым положительным имиджем в мире(62%) [6].

В целом можно заключить, что - в 1990-е годы правительству ФРГ благодаря общественной дипломатии удалось создать благоприятный образ Германии, - как страны идей и инноваций, высоких технологий, и высоких образовательных стандартов[2,4]. Вместе с тем, нельзя не отметить двойственного характера общественной дипломатии ФРГ, которая часто является инструментом прикрытия эгоистических интересов монополистического капитала этой страны на международной арене. Вряд ли можно согласиться с попытками использовать каналы общественной дипломатии для воздействия на общественно-политические процессы в других странах в сомнительных целях, что показывает, в частности, практика общественной дипломатии ФРГ в Украине.

Источники и литература

- 1) Германия. Вызовы XXI века. / Под ред. В.Б. Белова. М.: Весь Мир, 2009.
- 2) Леванов Г.С. Институты национальной поддержки инвесторов Германии. // Российский внешнеэкономический вестник. 2010. № 8. С. 68-73.
- 3) Пименова Е.В. Использование стратегии «мягкой силы» во внешней политике Германии. // Труд и социальные отношения. 2011. № 4. С. 116-128.
- 4) Хауер-Тюкаркина О.М. Аспекты формирования внешнеполитической имиджевой стратегии современной ФРГ. Владимир: Транзит-Икс, 2013
- 5) Мухаметов. Р.С. Специфика общественной дипломатии как инструмента внешней политики государства. // Известия Уральского федерального университета. Серия 3, Общественные науки. 2014. Т. 128, № 2. С.152-160.
- 6) Views of US Continue to Improve in 2011 BBC Country Rating Poll. March 7, 2011. // http://worldpublicopinion.org/pipa/pdf/mar11/BBCValsUS_Mar11_rpt.pdf/.
- 7) Auer, C., Srugies, A. Public Diplomacy in Germany. CPD Perspectives on Public Diplomacy. 2013, paper 5. Los Angeles: Figueroa Press.
- 8) Hüllse, R. "The Catwalk Power: Germany's New Foreign Image Policy" // Journal of International Relations and Development. 2009, September, vol. 12, №3. p.. 257-292.
- 9) Maaß, K.-J. Kultur und Außenpolitik. Handbuch für Studium und Praxis. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2009.