

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра международных отношений
и внешней политики России

**Имидж федерального канцлера как элемент публичной дипломатии
ФРГ (на примере А. Меркель и О. Шольца)**

Автореферат бакалаврской работы

студентки 442 группы
направления 41.03.05 «Международные отношения»
Института истории и международных отношений
Ситниковой Марины Николаевны

Научный руководитель
доцент,
кандидат исторических наук

Рыбалко О.К.

Зав. Кафедрой
профессор,
доктор исторических наук,
профессор

Голуб Ю.Г.

Саратов 2023

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Глава государства, как правило, привлекает повышенное внимание общественности – как национальной, так зарубежной. Харизматичный или прагматичный, авторитарный или либеральный, защитник традиций или сторонник новаций – лидер, по сути, олицетворяет свою страну и нацию, говорит от имени своего народа и государства, а значит, образ является важной фигурой в плоскости публичной дипломатии государства. Внимание к конкретной политической персоне выводит на первый план особенность его имиджа. С помощью публичных выступлений, заявлений и интервью средствам массовой информации, политики продвигают свои идеи в массы.

В настоящее время мы наблюдаем значительные изменения в рамках глобальной политики и международных отношений. В эпоху, характеризующуюся быстрым распространением как информации, так и дезинформации, дипломатия претерпевает изменения, сталкиваясь с целым рядом многогранных влияний. Уже невозможно составить полное представление о нации, основываясь только на ее политических, экономических или демографических характеристиках, что делает функции дипломатии значительно более сложными. Решающим фактором в комплексной оценке страны является влияние, которое она оказывает на международную арену. Исходя из этого, значение публичной дипломатии государства неуклонно растет. Публичная дипломатия является составной частью «мягкой силы» государства, инструментом государственной политики, направленным на формирование контактов с другими государствами, а также на информирование зарубежного населения и формирование лояльного зарубежного общественного мнения.

Изучение самого понятия «политический имидж» в настоящее время очень актуально, так как это один из элементов «мягкой силы» государства. Позитивный сформированный имидж государства является ключом к успешному функционированию государства на мировой арене, а также

важный фактор в проведении как внутренней, так и внешней политики. Имидж во многом определяет степень привлекательности и доверия к определенному государству.

В последнее время, на фоне повышения внимания к вопросам гендерного равенства и объективного увеличения уровня представленности женщин в большой политике, в рамках исследования политического имиджа все большее внимание уделяется вопросам особенностей формирования и функционирования имиджа женщины-политика. Долгое время преобладало мнение, что женщины не подходят для участия в политической жизни. Считалось, что они не обладают необходимыми способностями для эффективного выполнения возложенных на них обязанностей по руководству чем-то помимо домашнего хозяйства. Было принято считать, что женщины не могут конкурировать с мужчинами, отстаивать свои позиции, внедрять инновационные идеи или успешно действовать в сфере законотворчества. Политика и лидерство ассоциировались преимущественно с мужскими качествами, такими как напористость, борьба за власть и доминирование. Однако по мере того, как все больше женщин занимают руководящие должности, представления о политике и лидерстве начали меняться. Понимание политики и власти стало включать в себя такие «женские» характеристики, как сотрудничество и партнерство вместо соперничества, доверие, открытое выражение эмоций и признание личности. В этом тренде на «миролюбие» и стремление к стабильности, противопоставляемому извечному «мужскому» стремлению к борьбе и победам, некоторые философы и аналитики видят черты феминизации политики – в том числе и международной. Имидж женщины-политика в этом контексте - очень важный фактор в публичной дипломатии.

В ФРГ именно канцлер формирует основные пути развития и контактов страны, а для публичной дипломатии Германии является важным поддержание имиджа страны, и имидж канцлера играет в этом одну из важнейших ролей. В связи с уходом Ангелы Меркель с поста канцлера

Германии, видится необходимым изучить ее имидж, разобрать отдельные аспекты, которые сформировали образ бывшей канцлерин. Ангела Меркель находилась на посту канцлера 16 лет, несколько раз переизбиралась, что показывает доверие к ней немецкого населения. Нельзя не отметить, что Германия является одной из ведущих стран Европейского Союза, а присутствие на посту канцлера этой страны женщины является отражением новой политики, где представители обоих гендеров, занимающие руководящие позиции, равны.

После Ангелы Меркель на пост канцлера ФРГ встал Олаф Шольц. Это новое лицо в большой политике Германии. Олаф Шольц - опытный политик, проработавший несколько лет на высокой должности. Он пришел на свой пост в трудное время для Германии, так как во всем мире бушевал один кризис – пандемия COVID-19 и начинался новый – геополитический. Использование Шольцем в своей предвыборной программе сходства с Ангелой Меркель и последующая победа показывают, что Меркель, помимо ее реальных политических решений, удалось сформировать такой образ государственного лидера, который импонировал общественности и элитам как на внутренней, так и на международной арене. В связи с этим интересен вопрос о том, важен ли был в этом образе гендерный компонент, или Меркель удалось воплотить в себе универсальные и не зависящие от гендера черты и характеристики политического лидера.

Степень разработанности данной темы в научной литературе в отдельных аспектах довольно высока. Джозеф Най¹, влиятельный американский политолог, внес значительный вклад в изучение «мягкой силы». Он одним из первых сформулировал концепцию «мягкой силы» и выделил ее основные элементы, которые определяют ее влияние в международных отношениях. В своей работе Най раскрыл концепцию «мягкой силы», под которой понимается способность государства формировать предпочтения и поведение других акторов посредством

¹ **Error! Reference source not found.**

привлечения, убеждения и кооптации, а не полагаясь исключительно на военное или экономическое принуждение. В отличие от жесткой силы, которая опирается на силу и принуждение, мягкая сила действует через привлекательность культуры, политических ценностей, политики и международных инициатив страны.

Гендерный вопрос в рамках проблемы политического имиджа достаточно популярен, его исследовали: Эрика Фальк², Минита Сангви и Нэнси Ходгес³; Шэннон МакГрегор, Регина Лоуренс и Ариэлле Кардона⁴; Надежда Бушуева⁵, Завершинский Константин Федорович и Завершинская Наталия Александровна⁶, Курганова Екатерина Валерьевна и Цобор Кэтелина⁷; Ланко Дмитрий Александрович, Смирнова Ирина Сергеевна и Стецко Елена Владимировна⁸; Попова Отльга Валентиновна⁹, Селентьева Дарья Олеговна¹⁰, Ушакова Валентина Григорьевна¹¹.

Политике мягкой силы и публичной дипломатии Германии посвящены работы: Шауна Риордана¹², Ларса Розумека¹³, Наумова Александра Олеговича¹⁴, Рудневой В. Ю¹⁵.

Деятельность Ангелы Меркель на посту канцлера ФРГ изучали: Хелена Абрахамссон, Сара Кешплер и Кан Юнер¹⁶; Штефан Корнелиус¹⁷, Анна

² Error! Reference source not found.

³ Error! Reference source not found.

⁴ Error! Reference source not found.

⁵ Error! Reference source not found.

⁶ Error! Reference source not found.

⁷ Error! Reference source not found.

⁸ Error! Reference source not found.

⁹ Error! Reference source not found.

¹⁰ Error! Reference source not found.

¹¹ Error! Reference source not found.

¹² Error! Reference source not found.

¹³ Error! Reference source not found.

¹⁴ Error! Reference source not found.

¹⁵ Error! Reference source not found.

¹⁶ Error! Reference source not found.

¹⁷ Error! Reference source not found.

Квиатковска¹⁸, Ральф Реут и Гюнтер Лахманн¹⁹, Тимошенко Екатерина Петровна²⁰, Цаголова Виктория Азаматовна²¹.

Некоторые иностранных авторов занимались раскрытием данной темы, например Хорхе де Висенте в своей работе²² автор раскрывает тему имиджа государства на мировой арене, раскрывает идею публичной дипломатии и методологии составления имиджа государства.

Одной из основополагающих работ для изучения данной темы была книга Маргарет Марк и Кэрол С. Пирсон «Герой и Бунтарь. Создание брендов с помощью архетипов»²³. В ней, опираясь на работы Карла Густава Юнга, Марк и Пирсон сформулировали основные психологические архетипы, которые можно использовать при формировании и оценке имиджа и брендинге.

Также немаловажной работой является «Имиджеология»²⁴ В.М. Шепель. Шепель в своей работе уделяет непосредственное внимание понятию имиджа и его основным признакам. Он также уделяет много внимания особенностям, сущности и проблемам имиджелогии. Раскрывает тему имиджа политического лидера Е.Б. Прелыгина при помощи своего труда «Психология имиджа»²⁵, в котором описано социально-психологическое описание имиджа и его влияние на общественное мнение. «Политическая психология»²⁶ В.Л. Бозаджиева рассматривает психологию политического лидера, а также сущность и политико-психологическую структуру личности.

Объектом исследования является имидж канцлера Федеративной Республики Германия.

Предмет исследования - публичная дипломатия Германии.

¹⁸ Error! Reference source not found.

¹⁹ Error! Reference source not found.

²⁰ Error! Reference source not found.

²¹ Error! Reference source not found. Error! Reference source not found.

²² Error! Reference source not found.

²³ Error! Reference source not found.

²⁴ Error! Reference source not found.

²⁵ Error! Reference source not found.

²⁶ Error! Reference source not found.

Целью данного исследования является выявление степени влияния имиджа канцлера публичную дипломатию ФРГ.

Для достижения цели работы необходимо решить следующие задачи:

1. Ознакомиться с понятием политического имиджа политика, механизмами его образования.
2. Определить влияние имиджа на публичную дипломатию.
3. Изучить гендерные особенности формирования имиджа политика.
4. Рассмотреть фактор имиджа канцлера в публичной дипломатии Германии.
5. Проследить изменения в политическом имидже Ангелы Меркель.
6. Рассмотреть составляющие имиджа канцлера Олафа Шольца и сравнить его с имиджем Ангелы Меркель.

Методы исследования. Используемые в ходе работы методы включали в себя анализ литературы и источников. Метод классификации был применен для выявления и классификации архетипов политического лидерства. Сравнительный метод был использован для сопоставления образов двух канцлеров. Этот метод позволил сравнить различные подходы и стратегии, использованные каждым лидером для формирования общественного мнения.

Источниковая база исследований. Для исследования данной темы основным источником являлись статьи в СМИ. Были взяты новости из средств массовой информации на различных языках. Немецкие: «Alles evolution»²⁷, «Budapest Zeitung»²⁸, «Das Blogmagazin»²⁹, «Deutsche Welle»³⁰, «Hamburger Abendblatt»³¹, «Spiegel»³². Английские и Американские: «BBC News»³³, журнала «Forbes»³⁴, «NBC News»³⁵, «Politico»,³⁶ «Reuters»³⁷, «The

²⁷ Error! Reference source not found.

²⁸ Error! Reference source not found.

²⁹ Error! Reference source not found.

³⁰ Error! Reference source not found.

³¹ Error! Reference source not found.

³² Error! Reference source not found.

³³ Error! Reference source not found.

Conversation»³⁸, «The Loop»³⁹, «The New Statesman»⁴⁰. Общеευропейские: новостной портал «Euronews»⁴¹, «Social Europe»⁴². Французская: «Libération»⁴³. Российские: «Известия»⁴⁴, «Коммерсантъ»⁴⁵, «Комсомольская правда»⁴⁶, «Lenta.ru»⁴⁷, «РИА Новости»⁴⁸, «RTVI»⁴⁹, «Sputnik»⁵⁰. Стоит отметить, что в российских и французских СМИ канцлеры Германии предстают в весьма ироничном свете, тогда как в американских, английских и, тем более, немецких газетах и новостных порталах новости про Ангелу Меркель и Олафа Шольца преподносятся в более нейтральном либо положительно оценочном ключе. Материалы СМИ ярко демонстрируют (а в значительной степени и формируют) оценки и восприятие имиджа федерального канцлера в Германии и за рубежом.

Использованы данные сайта Социал-демократической партии Германии⁵¹⁵². Так же были рассмотрены данные, предоставленные «UN Woman»⁵³. В качестве источника также был изучен регламент Европейского Союза от 26 июня 2013 г.⁵⁴, устанавливающий критерии и механизмы определения государства-члена, ответственного за рассмотрение заявления о предоставлении международной защиты, поданного в одном из государств-членов гражданином третьей страной или лицом без гражданства.

³⁴ Error! Reference source not found.

³⁵ Error! Reference source not found.

³⁶ Error! Reference source not found.

³⁷ Error! Reference source not found.

³⁸ Error! Reference source not found.

³⁹ Error! Reference source not found.

⁴⁰ Error! Reference source not found.

⁴¹ Error! Reference source not found.

⁴² Error! Reference source not found.

⁴³ Error! Reference source not found.

⁴⁴ Error! Reference source not found.

⁴⁵ Error! Reference source not found.

⁴⁶ Error! Reference source not found.

⁴⁷ Error! Reference source not found.

⁴⁸ Error! Reference source not found.

⁴⁹ Error! Reference source not found.

⁵⁰ Error! Reference source not found.

⁵¹ Error! Reference source not found.

⁵² Error! Reference source not found.

⁵³ Error! Reference source not found.

⁵⁴ Error! Reference source not found.

В качестве источника также была взята биография Ангелы Меркель, написанная Вольфгангом Штоком⁵⁵. В ней описывается путь Меркель в политике, ее биографические данные.

Хронологические рамки исследования – с 2005 года по настоящее время. 2005 год является тем годом, когда Ангела Меркель вошла в большую политику. С этого момента началось формирование ее имиджа. Важно рассмотреть ее политических действий за время нахождения ее на посту и выявления влияния политического лидера на публичную дипломатию Германии. Верхняя хронологическая рамка затрагивает работу Олафа Шольца на посту канцлера, когда его политический имидж уже сформировался за период длительного нахождения на более низких руководящих должностях.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав: Механизмы формирования и основные элементы имиджа главы государства, Политический имидж федерального канцлера Германии, вывода и списка источников и исследований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Глава 1. Механизмы формирования и основные элементы имиджа главы государства рассматривает такие понятия, как «мягкая сила», «публичная дипломатия», «имидж главы государства», также формирование имиджа женщины-политика.

Публичная дипломатия имеет решающее значение для «мягкой силы» страны и направлена на формирование позитивного восприятия ее политики на международном уровне. Имидж главы государства в значительной степени влияет на отношение общества ко всей стране. Однако изменение общественного мнения - это постепенный процесс. Публичная дипломатия вовлекает общественное мнение, НПО и отдельных людей в обсуждение международной политики, ориентируясь на иностранные правительства, элиту, широкую общественность, СМИ и культуру. В современном обществе

⁵⁵ **Error! Reference source not found.**

публичная дипломатия может быть более эффективной, чем экономические или военные действия.

Лидер государства, особенно в цифровую эпоху, играет значительную роль в формировании имиджа государства. Публичные заявления лидера имеют широкое влияние. Восприятие лидера влияет на общий имидж государства. Имидж - это сложная система, включающая внутренние, внешние и процедурные аспекты, которые формируют общественное впечатление.

Электронная дипломатия, компонент новой дипломатии, улучшает каналы коммуникации и использует «мягкую силу» для содействия экономическому развитию страны.

Женщины-политики сталкиваются с повышенным вниманием и ожиданиями по сравнению с мужчинами. Они прилагают все усилия, чтобы показать себя, часто перенимая мужские черты, чтобы завоевать доверие. Современный образ женщины-политика сочетает в себе как мужские, так и женские качества. Внешний вид играет роль для женщин-политиков, но они также должны демонстрировать профессиональную и деловую хватку, чтобы быть признанными политической элитой. Стереотипы и скептическое отношение к женщинам-лидерам сохраняются, что заставляет их бороться за статус, уважение и признание в политике, где доминируют мужчины.

Глава 2. Политический имидж федерального канцлера Германии рассматривает персоналии Ангелы Меркель и Олафа Шольца, их приход к власти и имидж, а также то, как их имидж повлиял на публичную дипломатию ФРГ.

Ангела Меркель, первая женщина-канцлер Германии и представительница Восточной Германии, запомнилась как новаторский лидер. Она ставила во главу угла европейское единство и повышала авторитет Германии, оказывая помощь менее развитым европейским странам. Меркель поддерживала нейтральные отношения во всем мире и заслужила международное признание как сильный и прагматичный лидер. Ее

публичная дипломатия эффективно использовала образ «типичной немки», подчеркивая компетентность и профессионализм, а не пол.

Шольц, проработавший в политике почти пятьдесят лет, является опытным политиком, известным своей трезвостью, уравновешенностью и жесткостью. Многие немецкие избиратели считают его идеальным канцлером, который стремится к осторожным переменам, сохраняя при этом политические традиции. Хотя Шольц не претендует на роль преемника Меркель, он признает ее наследие. Он привносит в политику сочетание старых и свежих идей, участвуя ранее в политике, но не будучи канцлером.

Реализация планов политика зависит от различных факторов. Связь Шольца с Ангелой Меркель способствовала его восхождению на высокий пост, выполняя требования населения. Шольца по-прежнему часто называют «человеком, который стал канцлером после Ангелы Меркель». В отличие от Меркель, которая ценит внешний вид, Шольц придерживается традиционного имиджа. Оба канцлера демонстрируют сходства и различия в своих архетипах: Меркель воплощает «Заботливого», «Мудреца» и «Славного малого», а Шольц разделяет архетип «Заботливого» и демонстрирует авторитет «Правителя». Будущее покажет эффективность Шольца на посту канцлера и его способность решать социально-экономические и политические проблемы Германии.

Заключение

В современном мире имидж является одной из важнейших форм публичной дипломатии. Формирование имиджа государства – сложная, многосоставная задача, так как политика часто меняется, средства массовой информации и интернет предоставляют массу информации обществу, которая может повлиять на общественное восприятие.

Как часть «мягкой силы» и публичной дипломатии имидж политика должен соответствовать множеству различных традиций и веяний моды, чтобы политик, в образе которого воспринимается и все государство,

выглядел выгодно и презентабельно. Формирование архетипов в восприятии общественности может помочь политическим лидерам в создании идентичности.

Из-за большого количества стереотипов и разницы возможностей, эффективный образ женщины-политика создать труднее. Редко можно увидеть женщину, занимающую политическую должность, ведущую себя открыто женственно, так как в таком случае ее чаще всего не будут воспринимать всерьез. Имидж женщины—политика часто оказывается похожим на мужской, чтобы подчеркнуть авторитетность и весомость высказываний.

Пример Ангелы Меркель, как бывшего канцлера Германии, показывает, насколько важным для политика может оказаться имидж. Для большинства немцев она оказалась политиком, который не только внешним видом, но и мимикой, жестами и манерой общаться, может создать чувство уверенности в будущем. Из «невзрачного» политика, Меркель стала одним из влиятельнейших людей в мировом пространстве. Имидж Ангелы Меркель в публичной дипломатии в начале ее политической карьеры часто критиковался, но с тем, насколько она быстро завоевывала сердца общества, стал почти эталонным. Будучи первой женщиной-канцлером Германии, у Меркель получилось добиться большого влияния на мировую политику, что означает, что она смогла выйти за гендерные стереотипы о месте женщин в политике. В своем имидже она сочетала как мужские, так и женские черты, что в контексте усиленного внимания СМИ и общественности на женские фигуры в политике показывало ее в выгодном свете.

Политический путь Олафа Шольца наполнен взлетами и падениями. Это твердо стоящий на земле политик. Его грамотная предвыборная программа и спокойный, «правильный» имидж политика помогли ему добиться высокого поста. Однако наличие более «яркой» предшественницы мешает ему отделить свой образ как главы государства от представления обществом Германии, возглавляемой Меркель. Как внутренняя политика Германии, так и

внешняя, будет всегда рассматриваться общественностью через призму сравнения, однако во многом схожий имидж двух канцлеров показывает, что отношение к Германии в большинстве не изменится. Имидж «типичного немца» в умах масс поддерживается публичной политикой ФРГ.