

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра міжнародної інформації

СУЧАСНІ УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКІ ВІДНОСИНИ
У ВІДОБРАЖЕННІ ПРОВІДНИХ НАЦІОНАЛЬНИХ ЗМК

Дипломна робота
Рівень освіти – другий (магістерський)

Виконала студентка 604 групи
Спеціальності 291 Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії
Чулкан Людмила Іванівна
Керівник: д-р. іст. наук, проф. Фісанов В.П.
Рецензент:

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри №_____

від _____

зав. кафедри _____ проф. Фісанов В.П.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 КОНЦЕПТУАЛЬНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ЗП В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ВПЛИВІВ	6
1.1 Теоретико-методологічні засади функціонування медіа-комунікацій у процесі здійснення зовнішньої політики держави	6
1.2 Публічна медіа-дипломатія як складова позитивного іміджу держави.....	17
1.3 Характеристика джерельної бази дослідження	25
Висновки до 1 розділу	33
РОЗДІЛ 2 МІСЦЕ ТА РОЛЬ ЗМК У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ФРН.....	34
2.1 Сучасні відносини між ФРН та Україною	34
2.2 Відносини між Україною та ФРН у відображенні національних ЗМК обох держав	46
Висновки до розділу 2	63
РОЗДІЛ 3 ХАРАКТЕР І МЕХАНІЗМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ЗМК У ПРОЦЕСІ ЗОВНІШНЬОЇ PR-ДІЯЛЬНОСТІ	64
3.1 Імідж ФРН у відображенні провідних мас-медіа України	64
3.2 Образ України у німецьких засобах масової комунікації.....	74
3.3 Проблеми корегування та удосконалення ролі національних ЗМК у контексті функціонування публічної дипломатії	85
Висновки до 3 розділу	93
ВИСНОВКИ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	99
ZUSAMMENFASSUNG	109

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний вимір міжнародних відносин визначається багатьма процесами, що відбуваються у світі. Глобалізація та інформатизація сприяли входженню суспільства у нову епоху. Сьогодні інформація виступає основним ресурсом, а необмежений доступ до неї нівелює прийняті кордони між країнами та континентами. Саме тому зростає інтерес серед національних та закордонних ЗМІ до висвітлення та аналізу відносин між державами. А це у свою чергу неабияк впливає на реальний стан міжнародних відносин. Висвітлення негативних тенденцій, або неправдивої інформації, або ж пропаганди в засобах масової комунікації в деяких випадках може значно загострити зв'язки між країнами, спричинити конфлікти тощо. Тому при аналізі стану відносин між державами потрібно також брати до уваги те, як їх відображають національні ЗМК.

Федеративна Республіка Німеччини є однією із провідних країн, яка допомагає Україні у вирішенні військового конфлікту на Сході, надає гуманітарну та соціальну допомогу, виділяє кошти на реформування держави. Для України налагодження та розвиток подальших відносин з Німеччиною є важливою складовою зовнішньої політики. На сьогодні можна визначити декілька векторів співпраці між державами, кожен з яких потрібно брати до уваги при формуванні цілісної характеристики українсько-німецьких відносин. Водночас важливе значення відіграють німецькі та українські мас-медіа та їхнє відображення даних відносин.

Мета дослідження визначити як німецько-українські відносини відображаються в національних ЗМК обох держав та які фактори впливають на це відображення.

З поставленої мети випливають наступні **завдання**:

- Висвітлити роль та місце ЗМК в зовнішній політиці держав;
- Проаналізувати реальний стан німецько-українських відносин;
- Розглянути публікації провідних німецьких мас-медіа щодо відносин між ФРН та Україною;

- Дослідити висвітлення українсько-німецьких відносин в національних ЗМК України;

- На підставі здійсненого аналізу, визначити цілісний образ України та ФРН створений німецькими та українськими медіа;

Об'єктом дослідження виступають сучасні відносини між ФРН та Україною.

Предметом - українсько-німецькі відносини у віддзеркаленні національних ЗМК обох держав.

Методи дослідження. Під час здійснення дослідження було використано загальнонаукові та спеціально-наукові методи. В рамках загальнонаукових методів було використано аналіз, порівняння та індукцію. У дослідженні використано метод аналізу, завдяки якому було виокремлено та розглянуто фактори та чинники, які характеризують відносини між ФРН та Україною. Шляхом методу порівняння встановлено характерні негативні та позитивні тенденції у висвітленні різними джерелами відносин між даними державами, а також характерні відмінності між відображенням українськими та німецькими ЗМК. Було використано метод індукції для формування цілісної картини українсько-німецьких відносин у їхніх національних мас-медіа.

Серед спеціально-наукових методів основним став метод контент-аналізу, який було використано для реалізації об'єктивного та системного опису і аналізу повідомлень в німецьких та українських ЗМК.

Наукова новизна результатів:

- вперше здійснено комплексне дослідження сучасних публікацій таких німецьких мас-медіа як «Deutsche Welle», «Der Spiegel», «Der Süddeutsche Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung» щодо німецько-українських відносин та сучасного іміджу України;

- вперше проаналізовано важливі аспекти формування сучасного іміджу ФРН в українському медійному середовищі;

- розглянуто публікації ЗМК України та розкрито ключові теми при висвітленні відносин між ФРН та Україною в них.

Практичне значення дослідження роботи визначається тим, що отримані результати можуть бути використані для подальшого аналізу та вивчення впливу ЗМК на відносини між країнами. Основні положення дослідження можуть бути використані у теоретичних курсах, що стосуються зовнішньої політики та міжнародної інформації.

Апробація результатів магістерської роботи.

Основні положення роботи обговорювались на Студентській науковій конференції ЧНУ.

Публікації.

Результати та основні твердження дослідження висвітлено в тезах доповіді на конференції.

Структура кваліфікаційної роботи обумовлена поставленою метою і завданнями дослідження та складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків до кожного розділу, загальних висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг магістерської роботи складає 109 сторінок, з них 10 стор.- список використаних джерел (98 найменувань). Обсяг текстової частини роботи складає 98 сторінок.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ЗП В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ВПЛИВІВ

1.1 Теоретико-методологічні засади функціонування медіа-комунікацій у процесі здійснення зовнішньої політики держави

Стрімкий технологічний розвиток, глобалізація та інформатизація сприяли входженню суспільства у нову інформаційну епоху. Зростає інтернаціоналізація інноваційних процесів і загострюється конкуренція інформаційних технологій. Використання інноваційних знань перетворилося на важливу умову ділового успіху. В таких умовах жодна держава не має змоги існувати самостійно, оскільки інформаційні процеси в світі зумовлюють глибоку взаємозалежність та нівелюють кордони між зовнішньою та внутрішньою політикою. Саме тому будь-яка країна повинна постійно вступати у діалог з іншими акторами міжнародних відносин для забезпечення свого сталого розвитку. Такий діалог реалізується через національну зовнішню політику.

Під поняттям «зовнішня політика» розуміємо сукупність дій, що здійснюються державою за межами своєї суверенної території, метою яких є реалізація національних інтересів. [17, с.31] Тобто, це діяльність держави на міжнародній арені. За словами польського президента Анджея Дуди: «Зовнішня політика - це передусім наявність хороших відносин з сусідами. Для налагодження цих відносин потрібно, перш за все, шукати те, що об'єднує». Саме завдяки правильній тактиці ведення переговорів з іншими країнами можна збільшувати свою силу шляхом міцного економічного та воєнного співробітництва та отримувати допомогу від інших держав, активно розвивати національну політику тощо. Створення сприятливих умов для реалізації інтересів держави, забезпечення національної безпеки та добробуту населення - можна вважати головною метою зовнішньополітичної діяльності держави.

Варто зазначити, що втілюється зовнішня політика не тільки через діяльність державних установ та інститутів влади, але і через науку та політичну ідеологію. Проте процес інформатизації значно доповнив цей список і сьогодні вагомим інструментом забезпечення зовнішньої політики держави є засоби масової комунікації. Це, з одного боку, дало змогу значно модернізувати розвиток міжнародних відносин, а з іншого – сприяти якісним змінам в розвитку політичної сфери. Таким чином, утворився трикутник «влада-ЗМК-суспільство». У якому засоби масової комунікації відповідають не тільки за передачу інформації від владних органів до населення.

Безліч вітчизняних та закордонних теоретиків досліджували термін «засоби масової комунікації», як саме мас-медіа впливають на громадську думку, яку роль вони відіграють у політичних процесах, зокрема у виборчих гонках, та як за допомогою ЗМК можна формувати та змінювати уявлення про ту чи іншу країну. Під поняттям «засоби масової комунікації» прийнято вважати сукупність каналів розповсюдження та передачі інформації, яка не має конкретного адресата, а отже є загальнодоступною. Метою діяльності ЗМК є оперативне інформування щодо подій і явищ у світі, конкретній країні або певному регіоні. За ще одним визначенням, ЗМК становлять собою мережу установ, діяльність яких полягає у зборі, обробці та поширенні відомостей. До такої мережі належать телевізійні та радіопрограми, друковані видання, інформаційні агентства, соціальні мережі тощо.

Процес розвитку та становлення мас-медіа включає в себе 4 етапи:

– перший можна означити як епоху газет. Тоді влада активно впливала на суспільство за допомогою друкованих видань. Хоча такий вплив був спрямований переважно на писемних людей. Саме тоді з'явився феномен громадської думки, сформованої газетними повідомленнями.

– на другому етапі, окрім газет, з'явилося радіо. Воно стало новим ефективним засобом інформаційного впливу, так як його дія розповсюджувалась на всі прошки населення.

– третій етап – це етап телебачення. Завдяки телебаченню інформація сприймалася одночасно на слуховому та зоровому рівнях, що мало потужний

синергетичний ефект. Завершився цей етап виникненням так званих «мейнстрімних медіа».

– четвертий етап характеризувався глобалізаційними процесами у світі. Саме на цьому етапі свого поширення набула мережа Інтернет. Було стерто кордони у доступі до інформації, з'явилася можливість отримувати будь-яку інформацію одразу. Однак це спричинило появу багатьох фейкових новин та розсіяності серед населення. [20, с.318]

До основних функцій засобів масової комунікації можемо віднести: 1) інформативну (полягає у забезпеченні інформаційних потреб як окремих людей так і цілого населення); 2) комунікативну (забезпечує комунікацію між різними соціальними верствами суспільства, між громадськістю та інформаційними джерелами); 3) виховну (формує, змінює або ж переоцінює ціннісні норми громадян); 4) управлінську (полягає у контролі над відносинами між громадянами та системою влади); 5) функцію соціальної ідентифікації (відображає потребу людини відчувати себе членом певної соціальної групи); 6) рекреативну (носить розважальний характер).

Окрім вище зазначених функцій, виділяють також функції засобів мас-медіа, що безпосередньо пов'язані зі політичним життям держави. До таких належать:

- артикуляційно-інтеграційна функція: сприяє згуртуванню суспільних інтересів, а також формує впливову опозицію;
- мобілізаційна функція: дає поштовх до певних політичних дій або ж навпаки спонукає до бездіяльності;
- формування громадської думки з ключових питань суспільного життя;
- оперативна: забезпечує обслуговування засобами мас-медіа політики деяких партій, або громадських рухів чи соціальних об'єднань. [78, с.1]

Американський дослідник П. О' Геффернан у своїй праці «Mass Media and American Foreign Policy: Insider Perspectives on Global Journalism and the Foreign Policy Process» [29] виділяє шість основних характерних ознак ЗМК, пов'язаних із зовнішньою політикою. Передусім, він зазначає, що розвиток мережі Інтернет дав змогу людям із різних куточків світу миттєво бачити та переглядати інформацію,

щодо подій у віддалено різних точках Землі. Таким чином, висвітлення міжнародних новин сьогодні носить також комерційний характер, адже великі корпорації ведуть постійну боротьбу за першість у їхньому транслюванні.

Інша функція тісно пов'язана із висвітленням засобами масових комунікацій подій, що мають відношення до глобальних проблем людства. Зокрема це теми про права людей, екологічну ситуацію у світі, проблеми міграцій та біженців, роззброєння та тероризму. На сучасному етапі цей список можна доповнити проблемами, що пов'язані з мережею Інтернет, а саме кібертероризм та фішинг.

Автор також зазначає, що саме ЗМК визначають послідовність та пріоритетність висвітлення тих чи інших подій, що тим самим впливає на порядок денний обговорення та прийняття рішень урядами у сфері міжнародних питань. Останньою функцією П. О'Геффернан визначає те, що саме через ЗМК неурядові організації, терористи та іноземні уряди можуть безпосередньо впливати на дії міжнародної спільноти та уряду країн. Прикладом можна назвати так званий «ефект CNN». Термін виник після війни в Перській затоці в 1991 році, коли військові події вперше висвітлювались у прямій трансляції, що мало значний вплив на уряд США та Іраку.

Варто зазначити, що стрімкий розвиток засобів масової інформації став причиною появи їхніх нових форм впливу на міжнародну політику. Зокрема це поява супутникових каналів, блогів, Інтернет-видань, радіомовлення та соціальних мереж. [29, с. 24-25] Яскравим прикладом можуть слугувати так звані «твіттер-революції» у Тунісі та Єгипті, що розпочались закликами громадян до повстань саме за через соціальні мережі Twitter та Facebook.

Одним із перших політичних діячів, що зрозуміли важливість використання мас-медіа у своїй політичній діяльності був президент США Ф. Рузвельт. В період 1930-1944 років, поряд із друкованими засобами, що переважно були під владою різних політичних еліт, відносно незалежним масовим засобом передачі інформації було також радіо. Саме тому Рузвельт вирішив створити серію радіо-передач під назвою «Бесіди біля каміна» для того, щоб доносити свою політику одразу до мас. В цих радіо-ефірах він пояснював прийняття тих чи інших законів, розвіював чутки

та переконував населення у правильності та доцільності різних політичних рішень. Саме ця акція принесла йому перемогу на виборах в 1936 р. Відомий історик Дуглас Б. Крейг, писав у своїй роботі «Fireside Politics: Radio and Political Culture in the United States», що Ф. Рузвельт «єдиний із політиків, хто надав виборцям право та можливість отримувати інформацію незабруднену необ'єктивністю газетних власників, за допомогою нового засобу — радіо». [26, с.156]

Окрім цього, важливу роль засоби масової комунікації відіграють також у формуванні політичної свідомості та культури, так як вони є носіями ідей, принципів та цінностей кожної з держав. Культурні традиції, цінності та звичаї країн передавались та передаються з покоління в покоління, формуючи загальну картину держави як такої. Інформація про різні етнічні спільноти, що транслюється через різні засоби масової комунікації виховує у суспільства толерантне та гуманне ставлення до інших націй. Окрім цього, перегляд такої ж інформації про свою державу підкріплює національну самосвідомість та гідність.

Український дослідник у сфері масової комунікації В. Лизанчук, у своїй роботі «Феномен невмирущої нації» вказує на те, що «...саме за допомогою інформаційних засобів, що передають потрібну політичну, державну, економічно-суспільну, історичну та етнічну інформацію, формуються окремі нації. Мережа засобів масової комунікації – це один із «трьох китів», на якому створюється самосвідомість держави, разом з національною інтелігенцією та політичною елітою». [17, с.15]

Однак варто зазначити, що мас-медіа мають здатність як об'єднувати суспільство, так і розділяти його, шляхом відтворення та пропаганди негативних духовних та моральних цінностей, чужих ідеалів та образів. Саме тому світова спільнота та кожна держава зобов'язані нейтралізувати негативні тенденції в інформаційному просторі. І використовувати потенціал ЗМК для створення такої системи цінностей, яка б забезпечувала міцний духовний зв'язок між суспільством.

Не менш важливу роль засоби масової комунікації відіграють у формуванні іміджу країни, її бренду. Те, як інші будуть ставитись до країни, що будуть думати про неї, та як реагуватимуть на події, що відбуваються у тій країні напряду

залежить від її «образу», який створюють мас-медіа. Від перегляду теленовін, прослуховування радіо та через пошук в мережі Інтернет формується сприйняття людиною світу, що знаходиться за межами її Батьківщини.

Характерними ознаками іміджу є те, що він акцентує увагу інших на оригінальності та специфічності предмету, є конкретним та тісно пов'язаним із прообразом рекламованого об'єкту. Він створюється за допомогою піару, реклами та пропаганди з метою формування у масовій свідомості певного ставлення до даного об'єкта. Важливим є те, що імідж може у собі поєднувати як реальні властивості об'єкта, так і неіснуючі. Що особливо притаманне іміджу держави.

Формується імідж країни також за певною послідовністю дій з просування своїх інтересів та забезпечення їхньої безпеки на світовому ринку, трансляції міжнародній спільноті відомостей про свої політичні, економічні, географічні характеристики та досягнення. Як правило працюють над створенням державного бренду конкретні компанії та фахівці. До прикладу, агентство Corporate Profiles DDB розробляло логотип, слоган та загалом весь бренд Польщі. [45, с.1]

Для того щоб успішно позиціонувати себе на міжнародному рівні потрібно постійно надавати інформацію про власну діяльність, політику та акцентувати увагу на своєму іміджі. Важливим є те, що формують імідж держави не тільки власні ЗМК, але і міжнародні, офіційні та неофіційні канали, ЗМІ, інтернет, тощо. Велика кількість дослідників, оцінюючи переваги глобалізації, вказують на те, що основою метою держави на сучасному етапі розвитку суспільства є визначення своїх характерних рис та методів просування країни у системі міжнародних відносин.

Засоби масової комунікації в сучасному світі стали невід'ємною частиною зовнішньої політики країни. Вони є ефективним механізмом просування ідей та інтересів держави в маси. Теоретик медіа та комунікацій М. Маклюєн один із перших вказував на зростання ролі ЗМК у суспільстві. У своїй праці «The medium is the message, an inventory of effects» він зазначає, що засоби масової комунікації стають «домінуючим компонентом політики», присвоюють собі «новий інституційний статус» та втрачають значення просто засобу, або ж інструменту.

[28] Сьогодні мас-медіа – найважливіший засіб формування привабливості об'єкту, його іміджу та сприйняття. Вони мають значний вплив на розум та емоції груп людей, цілих націй тощо.

За допомогою ЗМК кожна країна може репрезентувати себе як лідера на світовій арені, закріпити свій вплив на прийняття рішень, що стосуються міжнародної співпраці, забезпечувати свій сталий розвиток та сприяти власній безпеці, збагачувати свої економічні ресурси, шляхом розвитку туризму. Розробка правильної політичної стратегії у сфері комунікацій сприяє створенню державою свого ексклюзивного іміджу, від якого залежить статус країни в світі.

Тобто, сьогодні ЗМК це активний учасник процесів, що відбуваються на міжнародній арені. Він впливає, формує та змінює не лише громадську думку, але і рішення урядів різних країн. Німецький філософ Освальд Шпенглер у своїй праці «Присмерк Європи. Нариси морфології світової історії» також передбачав такий розвиток подій. Автор писав, що у майбутньому думками місцевих газет, і таким чином цілим населенням, керуватимуть три або чотири провідні світові газети. За його словами, все вирішуватимуть люди, які керуватимуть політиками, журналістами та депутатами, підтримуючи ілюзію народовладдя. [85]

Перехід суспільства в інформаційну епоху поставив перед світовою громадськістю нові виклики, а саме розвиток світової комунікаційної мережі, що створює кіберпростір і безпосередньо впливає на процеси у світі. У політичному контексті це означає зростання взаємозалежності зовнішніх політик різних країн. У зв'язку з цим перед кожною державою постало питання контролю за діяльністю ЗМК. Більшість країн сьогодні є прикладами ефективного регулювання діяльності ЗМК, завдяки своїй системі національного законодавства, яка постійно оновлюється та розвивається. Такі держави, як Німеччина, Іспанія, Австрія, Франція, Нідерланди та США у своєму законодавстві визначають основні положення щодо забезпечення права вільного доступу громадян до інформації. У конституції Швеції закріплено положення про захист свободи мас-медіа, що передбачає собою право громадян отримувати різного роду інформацію та право вільно висловлюватись щодо тих чи інших подій. Уряди Австралії та Великої

Британії відстоюють позицію свободи слова, що, на їхню думку, сприяє формуванню незалежної громадської думки та служить на благо держави.

В Україні використання ЗМК регулюється в основному різними законодавчими актами, такими як: 1) Закон «Про інформацію» [2]; 2) «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (1993) [1]; 3) «Про телебачення і радіомовлення» (1993, 2006) [3]; 4) «Про телекомунікації»(2003) [4]; 5) «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» (2014) [7]; 6) «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» (1997) [5]; 7) «Про рекламу» (1996) [6] та інші. В липні 2020 року було зареєстровано законопроект «Про медіа», який визначає засади використання та поширення різних видів ЗМК в Україні, але його не було прийнято. Тому на сьогодні окремого та чітко регламентованого законодавства щодо регулювання саме сфери діяльності мас-медіа в Україні немає.

До того ж важливу роль у регулюванні діяльності ЗМК на світовому рівні відіграють такі міжнародні організації як ООН та ЮНЕСКО. У Організації Об'єднаних Націй діє спеціальний Комітет з інформації, який на 34-й сесії Генеральної Асамблеї назвав своїм основним завданням у інформаційній сфері сприяти встановленню нового інформаційного порядку на світовому рівні, заснованого на вільному обміні інформацією. [14, с. 355] Також, у ЮНЕСКО було розроблено проект «Декларації про засоби масової комунікації». На регіональному рівні формують нормативну базу для регулювання ЗМК у Європі - Рада Європи, ЄС та ОБСЄ.

Використання ЗМК в зовнішній політиці передбачається також державною системою зв'язків з громадськістю, адже сьогодні вони є вагомим інструментом просування ідей в широкі маси. Американський видавець та журналіст Джозеф Пулітцер писав: «Паблісіті - ось найбільший моральний фактор і наймогутніша сила нашого суспільного життя». Із цим визначенням неможливо не погодитись, адже в сучасному світі PR є необхідним фактором політичного та соціального врегулювання суспільних процесів та міжкультурної інтеграції.

Загалом PR (від англ. Public relations) або зв'язки із громадськістю – це стратегічні комунікації, що реалізуються різними суб'єктами для формування про ці суб'єкти позитивної громадської думки. Метою такої піар-діяльності є встановлення довготривалої багатосторонньої комунікації між країнами. В основному технології PR спрямовані на декілька чинників, до прикладу, міжнародні відносини, міжнародну економіку та співробітництво, державну політику тощо. Тобто, зовнішньополітичні технології PR – процес обміну інформацією між країнами, з метою підтримання їхнього позитивного іміджу та просування державних інтересів на міжнародній арені.

Основним завданням зовнішньої PR-кампанії країни є впровадження в суспільство ідеї про те, що для цієї країни інтереси суспільства й кожного окремого громадянина стоять на першому місці. До засобів PR-технологій доцільно віднести:

- формування потрібної громадської думки;
- налагодження суспільних відносин (по вертикалі та горизонталі);
- вплив на політичні відносини (створення іміджу партій, політичних лідерів, рухів, об'єднань);
- розвиток міжнародних відносин (побудова та підтримка іміджу держави, її лідера та уряду);
- тісну взаємодію із ЗМК (поширення інформації про держави та просування їхнього іміджу);
- сприяння економічним відносинам. [69]

Вплив PR-технологій на політичне життя держави можна визначити на двох рівнях:

- На внутрішньому рівні – зникнення старих та поява нових політичних партій та рухів, просування певних політичних лідерів та навпаки, створення політично-культурної нації тощо;
- Зовнішній рівень характеризується зміною політичного курсу держави, стратегій реалізації державної політики, політичних інтересів та цілей. Сюди належить також місце держави в системі міжнародних відносин, її міжнародний імідж. [83]

Основною характерною ознакою, за якою зовнішньополітичні зв'язки з громадськістю відрізняються від інших (наприклад комерційних) є те, що вони певною мірою залежать від використання національних засобів мас-медіа, як

основного каналу комунікації. [21, с.179] Потрібно зазначити, що до PR-діяльності країни залучені всі види масових комунікацій. Саме таким чином можна досягнути бажаного ефекту.

Одним із найпоширеніших засобів, що використовують PR-фахівці є преса. Характерними ознаками преси, що допомагають в реалізації піар-завдань є: масовість (більша половина населення читає газети); постійність (газетні видання виходять періодично, мають необмежений термін зберігання та знаходяться в архівах); вибірковість (в залежності від тематики кожний громадян може обрати саме те, що його цікавить). Використання преси у міжнародній практиці піару має назву медіа-релейшнз (MR). За словами провідних світових фахівців, MR - це комплексна робота, що виконується в основному без камер. Тобто, це збір потрібної інформації, її аналіз та опрацювання для подальшої PR-кампанії. [22, с.190]

Ще одними не менш важливими засобами мас-медіа є телебачення та радіо. За своїми технічними можливостями вони охоплюють практично все населення. У відсотковому відношенні 97% громадян слухають радіо та переглядають ТБ. Радіо та телебачення здатні охопити найширші верстви населення, які навіть преса не може досягнути. Особливою перевагою ТБ є здатність відображати прямі трансляції, що дає змогу миттєво отримувати інформацію з будь-якої точки світу.

Відомо, що PR працює з різними аудиторіями, використовуючи різноманітні технології впливу. Якщо пресу, радіо та телебачення можна розглядати з точки зору впливу на дорослу аудиторію, то для молоді основним джерелом інформації є мережа Інтернет. Основною перевагою всесвітньої мережі є те, що потрібна інформація поширюється самостійно, вона є загальнодоступною та не вимагає значних матеріальних затрат. За рахунок своєї глобальності, технологічності, оперативності та інтерактивності Інтернет-технології створюють нові можливості для PR-діяльності.

Будь-яка PR-кампанія через мережу Інтернет супроводжується блогами, форумами, RSS-каналами, веб-трансляціями, пошуковою оптимізацією (SEO) тощо. Окрім позитивних функцій Web-технологій, набувають свого поширення

також негативні. До таких відносимо, до прикладу, хакерські атаки, накручування рейтингів, підміна сайтів та інші.

Проте для бажаного результату необхідно використовувати не один, а різні види ЗМК, координуючи їхню діяльність. Потрібно детально аналізувати особливості кожного з даних видів, визначити загальну стратегію, тематику, цільову аудиторію та властивості роботи.

1.2 Публічна медіа-дипломатія як складова позитивного іміджу держави

Значну роль у реалізації зовнішньої політики кожної країни відіграє дипломатія. Саме шляхом мирних переговорів між міжнародними лідерами різних держав, кожна з країн має змогу отримати підтримку та допомогу. Сьогодні дипломатія - це ефективний спосіб вирішення міжнародних конфліктів, урегулювання процесів, що відбуваються на міжнародній арені та мирного функціонування різних політичних систем. Окрім цього, з розвитком інформаційних технологій та мас-медіа, з'явилися і нові види дипломатії, що значно збільшує її значення у світі. Зокрема мова йде про публічну медіа-дипломатію.

Вперше термін «дипломатія» (від грецького «diploma», тобто складений удвічі лист) було використано в Англії в 1645 році. Ототожнювати дипломатію із процесами, що стосуються міжнародних відносин почали після публікації праці «Зведення дипломатичного права» відомого німецького філософа Г. Лейбніца. [11, с.13] За словами німецького правознавця та дипломата Ф. Мартенса: «Дипломатія у широкому значенні – наука про міжнародні відносини та зовнішні справи держави, а в більш вузькому - мистецтво переговорів». [58, с.5] Тобто, дипломатія сьогодні – це засіб реалізації інтересів держави за її межами, шляхом мирних перемовин.

Серед основних функцій дипломатії можна назвати такі як:

- представництво;
- дипломатична комунікація;
- організація та проведення переговорів;
- отримання інформації;
- розроблення різного роду рекомендацій.

Одним із основних законодавчих актів у сфері дипломатичного права є «Віденська конвенція про дипломатичні відносини» 1961 року. [8] Цією конвенцією регламентуються всі основні питання дипломатичного права, види і функції дипломатичних представництв; визначено процедуру призначення голови дипломатичного представництва, класів голів таких представництв,

розкрито поняття дипломатичного імунітету. Цей закон сьогодні є одним з провідних документів у сфері дипломатії всього світу.

Як зазначалось вище, із розвитком цифрових технологій та швидкою медіатизацією світу, сьогодні варто говорити саме про новий вид дипломатії – публічну медіа-дипломатію. Загалом, публічна медіа-дипломатія – це метод здійснення прямої комунікації з урядами держав через відкриті канали ЗМК, з метою впливу на їхні дії і політику. До 1965 року публічна дипломатія часто порівнювалась із пропагандою та поняттями «відкритої дипломатії», «суспільного співробітництва». Вперше цей термін було вжито у значенні, яке використовується часто і досі, саме у 1965 р. Е. Гулліоном у зв'язку із заснуванням Центру публічної дипломатії ім. Едварда Р. Мерроу. [82, с.3]. За словами Гулліона: «Публічна дипломатія має значний вплив на ставлення міжнародної спільноти до зовнішньої політики тієї чи іншої держави, вона формує громадську думку в інших країнах про цю державу, забезпечує комунікацію між дипломатами і журналістами та сприяє міжкультурній комунікації».

Варто зазначити, що класична дипломатія значно відрізняється від публічної за такими критеріями. По-перше, класична дипломатія носить таємний характер, вона не призначена для широкого інформування. У свою чергу публічна дипломатія є відкритою та доступною для мас. По-друге, дипломатія направляється від одного уряду до іншого, в той час як публічна – від уряду до населення. І останньою характерною відмінністю між цими двома видами дипломатії є те, що теми та проблематика класичної дипломатії стосуються, зокрема, поведінки та політики держави, а публічна дипломатія дотична до відносин між країнами та поведінки населення. [52, с.451]

До основних елементів публічної дипломатії, за британським науковцем Ніколасом Каллом, належать:

- збір та пошук важливої інформації;
- поширення та популяризація своїх цінностей, політичних інтересів;
- збільшення інтересу до культурної складової держави;

- використання ЗМК: телевізійні і радіопрограми як джерело інформації про події в країні; [15, с.21]

Публічна дипломатія це потужний механізм держави, метою якого є втілення зовнішньополітичних завдань держави і який включає в себе такі методи, як: 1) інформаційні елементи (мас-медіа); 2) освітні та культурні обміни; 3) залучення мережі Інтернет. Особливо важливими серед всіх інших методів можна визначити саме медіа-дипломатію та цифрову.

Теорія медіа-дипломатії виникла наприкінці ХХ ст. - на початку ХХІ ст. Саме в той період стало зрозуміло, що потрібно шукати нові методи дипломатії, так як старі, у силу технічного розвитку, почали втрачати свою ефективність. Однією із перших країн, яка почала активно впроваджувати у власну політику медіа-дипломатію були США. До 1999 року в країні функціонувала Інформаційна агенція Сполучених Штатів (USIA), метою якої було просування національних інтересів і національної безпеки країни шляхом інформування та впливу на зарубіжну аудиторію, а також налагодження та розширення міжнародних громадських відносин. Крім цього, США перші зробили матеріали своїх офіційних дипломатичних представництв відкритими, надавши до них доступ на офіційних сайтах.

Професор та директор Центру міжнародних комунікацій університету Бар-Ілан Е. Гілбоа, досліджуючи питання впливу публічної дипломатії та медіа-дипломатії на зовнішню політику країн та розмежовуючи ці поняття, зазначає, що держави використовують ПД у випадку конфронтації, з метою пропаганди, в той час медіа-дипломатію вони використовують лише тоді, коли дві сторони готові до примирення і шукають шляхи до проведення переговорів та укладання угод». [73] Інший дослідник Й. Коен у своїй книзі «Медіа дипломатія» (1986 р.) вказує на те, що медіа-дипломатія включає в себе не тільки ті сторони ПД, в яких задіяні засоби масової інформації, але й інші, що на пряму не пов'язані з публічною дипломатією. До прикладу, використання засобів мас-медіа як джерела інформації та як сигнального елементу, для попередження про свої наміри. [30]

Варто зазначити, що основним об'єктом на який публічна медіа-дипломатія здійснює свій вплив є населення, з його різноманітними групами (прості громадяни, інститути громадського суспільства, політичні об'єднання тощо). Головною метою такого впливу є формування необхідної суспільної думки та ставлення до країни, які, відповідно, впливають на зовнішньополітичний курс уряду тієї чи іншої держави. Тобто, за допомогою публічної дипломатії, а саме використання різних складових (освіта, культура, політика, мистецтво, економіка) кожна держава має змогу впливати на міжнародну спільноту та просувати серед неї свій позитивний міжнародний імідж.

Як зазначалось вище, сприйняття держави світовою спільнотою неабияк впливає на місце цієї держави та її роль у системі міжнародних відносин. Завдяки образу країни визначається її конкурентоспроможність на міжнародному рівні, її привабливість та можливість подальшого економічного розвитку. Якщо говорити про імідж держави, то ним визначається також успішність реалізації зовнішньої політики країни, розвиток її економічних відносин з іншими державами, налагодження партнерських відносин. Окрім зовнішніх характеристик імідж країни неабияк впливає і на її внутрішні процеси.

Позитивний імідж на міжнародній арені дає країні багато переваг, серед яких:

- залучення міжнародних інвестицій;
- розвиток туристичного бізнесу і як результат збільшення доходів у бюджет країни;
- просування своїх послуг та товарів на світовому ринку;
- розвиток дружніх відносин між іншими країнами;
- сприятливе ставлення до своєї нації; збільшення свого авторитету на міжнародному рівні тощо.

Окрім цього, ще однією вагомою перевагою позитивного іміджу держави є можливість впливати на події, що відбуваються у світі. Зокрема мова йде про активну участь у вирішенні військових конфліктів. Як зазначає американський дослідник, професор міжнародних відносин в Колумбійському університеті Роберт Джервіс, у своїй праці «Логіка іміджів у міжнародних відносинах» військові

проблеми можуть бути вирішені завдяки позитивному іміджу держави та її лідера. У своїй роботі, автор на прикладі Карибської кризи 1961 р, наочно показує як сильний імідж країн США та СРСР та їхніх лідерів М. Хрущова і Дж. Кеннеді сприяли врегулюванню конфлікту та перешкодили його переростанню у війну. [25, с. 244]

Щодо функцій позитивного іміджу, то дослідник Е. Галумов виділяє 4 основні функції. До яких належать:

1) ідентифікаційна функція (сприяє інформуванню про позитивні риси країни та її позитивному сприйняттю);

2) візуальна функція (відповідає за створення доброзичливої атмосфери навколо країни);

3) порівняльна функція (полягає у створенні контрасту з іншими державами);

4) номінативна функція (відповідає за акцентування уваги міжнародної спільноти на іміджі країни, шляхом підкреслення її позитивних та відмінних рис). [12, с.29]

Імідж держави формують: - візуальні символи (до прикладу, Біг Бен, Ейфелева вежа, Статуя Свободи тощо); - різного роду події (фестивалі, спортивні змагання); - постаті (історичні, герої літератури та кіно); - культура та етнічні цінності. [23, с. 31-33]

Відомо, що позитивний імідж держави залежить від багатьох факторів. Умовно їх можна поділити на дві групи : внутрішні та зовнішні. До першої групи традиційно можна віднести: національну та культурну спадщину, геополітичні фактори; політичну систему (форма державного устрою, законодавча база, стан ЗМК). Крім цього, до даної групи входять також такі відомості як моральні й духовні цінності народу, що конституують країну; стабільність економіки (наявність брендів, марок, імен), правове регулювання держави і відповідність правових норм міжнародним стандартам.

Серед зовнішніх факторів виділяють наступні:

- дотримання норм міжнародного права.
- позиція держави у вирішенні глобальних проблем світової спільноти;

- трудові міграції. До прикладу, виїзд молодого працездатного населення, як правило, із вищою освітою за кордон, з метою «заробітку» створює негативний вплив на формування іміджу країни на міжнародній арені. Дана проблема особливо актуальна для іміджу нашої країни.

- туризм.
- діяльність дипломатичних представництв або відомств. Як правило, дані інституції відповідають за здійснення міжнародних обмінів, вони репрезентують державу, відстоюють її інтереси.

Завдяки інструментам, що містить публічна медіа-дипломатія, значно розширюється охоплення аудиторії, створюються можливості для пошуку нових партнерів та залучення представників різних сфер (неурядових організацій, аналітичних центрів, освітніх установ, молоді, лідерів суспільної думки та окремих громадян). До таких інструментів відносимо:

- інформаційні кампанії та проєкти;
- рекламні акції та піар-стратегії;
- співпрацю із великими міжнародними медійними платформами, такими як Wikipedia, BBC, CNN та інші;
- культурно-науковий обмін студентами, науковцями, художниками та митцями;
- участь у провідних світових виставках, ярмарках, кіно- та фото фестивалях, спортивних турнірах;
- проведення конференцій, семінарів та форумів разом з провідними іноземними науковцями, громадськими діячами, іноземними аналітичними й дослідницькими центрами;
- співпрацю із закордонними ЗМІ;
- діяльність культурного осередку країни тощо.

Окрім інструментів вагому роль відіграють канали публічної дипломатії. Загалом канали ПД можна умовно поділити на чотири групи. Перша група – це цифрові елементи (соціальні мережі, Інтернет сторінки, веб-сайти, блоги, навчальні платформи та інші). До другої групи відносимо засоби мас-медіа (локальні та

міжнародні ЗМІ). Третю групу складають різні заходи та події. Четверта група – відомі «лиця» країни (спортсмени, співаки, художники, блогери, студенти, науковці тощо).

Вперше про необхідність залучення методів публічної дипломатії у зовнішньополітичний курс України почали говорити в 2006 році. Саме тоді було видано «Положення про створення у складі закордонної дипломатичної установи інформаційно-культурного осередку» (Указ Президента України № 142/2006). До основних завдань даного центру відносили: розвиток міжнародного співробітництва у різних галузях між Україною та іншими державами (культура, освіта, наука, техніка, туризм, спорт); репрезентацію України як нової незалежної держави із своїми національними цінностями, історією, культурою та мовою; поширення інформації про туристичне надбання України, її привабливість; сприяння вивченню української мови за кордоном.

В результаті у Франції було створено «Український культурний осередок імені Василя Сліпака», який займається інформуванням французького населення про культуру, освіту, мистецтво та науку України. Це стало першим здобутком розбудови публічної дипломатії держави.

Однак значний поштовх у сфері публічної дипломатії в Україні стався в 2015 році. В червні 2015 року на території України відбулися різні форуми з питань культурної дипломатії держави. А грудень цього ж року ознаменувався створенням окремого органу – Управління публічної дипломатії України (сьогодні – Департамент комунікацій та публічної дипломатії). Дане Управління активно займалося розвитком відносин із громадськістю, громадськими об'єднаннями та ЗМК як інших країн так власних, було відповідальне за створення іміджу та бренду України за її межами та провадило інформаційну політику країни. Окрім даного управління при Міністерстві закордонних справ України у 2017 році було створено Український інститут. Метою інституту було представництво української культури у світі та формування позитивного іміджу України за кордоном. Завдяки його діяльності було відкрито Український інститут у Швеції.

В 2021 році вийшла нова «Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки». Метою якої, за словами Міністра закордонних справ України Дмитра Кулеба, є формування та поширення нового позитивного іміджу України у світі. Він вказує на те, що сьогодні публічна дипломатія є одним із найважливіших чинників при формуванні позитивного сприйняття України закордоном. Система публічної дипломатії МЗС орієнтується тільки на сучасні підходи, що базуються на міждержавному діалозі, міжкультурних зв'язках, людських контактах та взаємодії з іноземною аудиторією. Дана Стратегія містить основні положення, що стосуються розбудови нового позитивного міжнародного іміджу України. Основними напрямками роботи визначено такі сфери: культура, економіка, експертна сфера, кулінарія, науково-освітня галузь, спорт, цифрова галузь. [9, с.10-15]

Таким чином, сьогодні для належного функціонування держави на міжнародній арені важливим є її позитивне сприйняття та імідж. У більшості країн Заходу велика кількість коштів виділяється на створення та просування свого іміджу. Зрозуміло, що імідж містить в собі багато елементів та чинників. Одним із таких елементів на державному рівні є публічна дипломатія, мета якої - просування інформації про державу закордоном. Саме завдяки інструментам, що містить ПД країна має змогу репрезентувати себе у різних сферах, до прикладу, в економіці, освіті та науці, культурі, мистецтві, спорті, державній політиці тощо. Окрім цього, публічна дипломатія сприяє розвитку відносин між різними країнами та залученню нових інвестиційних партнерів.

1.3 Характеристика джерельної бази дослідження

Джерельну базу дослідження складають декілька груп та підгруп джерел, кожна з яких дає змогу розглянути об'єкт та предмет дослідження з різних сторін та за допомогою різних підходів та методів. Сюди належать:

- нормативно-правові документи, що регулюють сферу діяльності ЗМК в країні;
- праці, пов'язані з дослідженням ролі ЗМК як ключового актора міжнародних відносин у зовнішньополітичній діяльності держави;
- праці, які досліджують поняття «дипломатія» та «публічна дипломатія», їхні характерні відмінності та місце ЗМК в системі публічної дипломатії країни;
- матеріали німецькомовних газет, теле-радіостанцій щодо стану німецько-українських відносин та образу України в Німеччині;
- статті та новини українських видавництв щодо стану та розвитку відносин між Україною та Німеччиною, а також щодо іміджу ФРН на території України;
- матеріали міжнародних рейтингів та досліджень в галузі розвитку держави;

Першу групу джерел складають нормативні документи, якими регулюється та визначається сфера діяльності засобів масових комунікацій. Варто зазначити, що задекларовані «Конвенцією про захист прав і основних свобод» принципи свободи слова та вільного доступу до інформації почали розглядатись країнами лише з кінця 1970-х років. В Україні впродовж багатьох років було відсутнє правове забезпечення сфери діяльності засобів масової комунікації. Лише після розпаду Радянського Союзу в державі розпочався процес нормативного регулювання даного питання. Сьогодні в Україні сферу мас-медіа регулюють такі Закони як: «Про інформацію» (1992) [2], «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (1993) [1], «Про телебачення і радіомовлення» (1993, 2006) [3], «Про телекомунікації» (2003) [4], «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» (2014) [7], «Про порядок висвітлення діяльності органів

державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» (1997) [5], «Про рекламу» (1996) [6] та інші.

Зокрема в Законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» міститься пояснення терміну «друковані засоби масової інформації» - «періодичні видання, що випускаються під незмінною назвою, систематично протягом року та на підставі свідоцтва про державну реєстрацію». [1] Законом України «Про телебачення і радіомовлення» визначено, що аудіовізуальний засіб масової інформації – «інформація передана у вигляді електричних сигналів і транслюється за допомогою електронних пристроїв». [3] А в Законі «Про інформацію» зазначається, що аудіовізуальні мас-медіа- «телебачення, радіо, кіно, звукозапис, відеозапис». [2] Даними документами визначено порядок створення та подальшої діяльності друкованих та аудіовізуальних ЗМІ.

Із розвитком мережі Інтернет розвивалося і законодавство в цій сфері. У Законі «Про телекомунікації» наведено визначення поняття «Інтернет». Зокрема вказується, що «Інтернет» - «всесвітня інформаційна мережа, що є загальнодоступною, базується на Інтернет-протоколах, що є визначені у міжнародних стандартах». [4] Використання Інтернету та його технічних можливостей створює основу для розвитку міжнародної концепції інформаційного суспільства.

Чинне законодавство України регулює застосування засобів масової інформації та електронної комунікації, розповсюдження інформації цими засобами, створення комунікаційної інфраструктури для забезпечення права на доступ до інформації. До того ж ним передбачено налагодження тісних зв'язків між громадськістю та засобами масової комунікації. Проте, воно потребує оновлення та розширення. Зокрема у ньому відсутнє чітке розмежування понять «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації», що у свою чергу створює підстави для протиправних дій і зловживань, і таким чином порушення прав і свобод громадян.

Другу групу джерел становлять праці як закордонних так і вітчизняних науковців та дослідників масової комунікації, а саме: Пантелєєв В.В

(праця «Історична періодизація інформаційно-психологічного впливу ЗМІ») [20]; Кукіна З. (праця «Міжнародний інституційний механізм регулювання діяльності засобів масової інформації») [14]; американський дослідник П. О' Геффернан (праця «Mass Media and American Foreign Policy: Insider Perspectives on Global Journalism and the Foreign Policy Process») [29]; український дослідник В. Лизанчук (праця «Феномен невмирущої нації») [17]; американський теоретик медіа та комунікацій М. Маклюєн (праця «The medium is the message, an inventory of effects») [28].

У своїх працях дані теоретики досліджували історії розвитку ЗМК, їхній вплив на суспільство та роль у зовнішній політиці країни. Зокрема у праці «Історична періодизація інформаційно-психологічного впливу ЗМІ» науковця В. Пантелєєва можна простежити всі чотири етапи становлення та розвитку мас-медіа. Автор зазначає, що на початковому етапі основним засобом масової комунікації були друковані видання, в основному газети. Поряд з випуском газетних видань, свого розквіту отримало радіо. За словами автора, на третьому етапі з'явилося телебачення, яке одразу стало лідером серед всіх інших ЗМІ. Останнім етапом розвитку ЗМК стала поява мережі Інтернет, яка значно полегшила отримання інформації та її продукування.

Питанню регулювання діяльності ЗМК присвятила свою працю З. Кукіна. Вона дослідила законодавство більшості провідних країн у сфері масових комунікацій. Окрім цього, вагому увагу в її роботі присвячено міжнародним організаціям. Вона описує які органи діють при кожній з організацій, що займаються питанням ЗМК, які закріплено та які розробляються нормативні акти щодо даної теми.

У свою чергу, П. О' Геффернан у своїй роботі «Засоби масової інформації та зовнішня політика Америки: інсайдерські перспективи глобальної журналістики та зовнішньополітичного процесу» виділяє шість характерних ознак ЗМК, як основних «гравців» на міжнародній арені. Він вказує на те, що сьогодні засоби масової комунікації – джерело миттєвого інформування міжнародного населення. Вони мають змогу висвітлювати події, що відбуваються у всьому світі,

розповсюджувати інформацію про глобальні проблеми людства та встановлювати пріоритетність подій. Серед негативних функцій автор зазначає те, що досить часто уряди держав стають «жертвами» терористів, які за допомогою мас-медіа намагаються маніпулювати ними.

Про формування єдиної нації за допомогою засобів масової комунікації пише український науковець В. Лизанчук. Він зазначає, що через здатність ЗМК передавати інформацію, що стосується державного та суспільного життя населення, утворюються нові нації. А американський теоретик М. Маклюєн один із перших хто передбачив зростання ролі та значення мас-медіа у політичному житті держави.

Окрему важливу підгрупу джерел склали праці, в яких розглядається проблема міжнародного іміджу країни, його позитивних особливостей та його місце у зовнішній політиці держави. Зокрема американським мовознавцем Ноєм Вебстером було вперше використано термін «імідж» в 1806 році. Досліджував у своїх працях поняття «імідж держави» російський політолог Д. Гавро, де він зазначає, що це перш за все переконливі та емоційно забарвлені уявлення про країну.

Функції позитивного іміджу наводить дослідник Е. Галумов [12], серед яких він визначає 4 основні: ідентифікаційну, візуальну, порівняльну та номінативну. У праці «Логіка іміджів у міжнародних відносинах» [25] американського дослідника Роберта Джервіса розглянуто переваги позитивного іміджу країни, зокрема у вирішенні військових конфліктів. На прикладі Карибської кризи, автор демонструє як за допомогою сильного іміджу країни та її лідера можна вирішити політичні ускладнення без їхнього подальшого розвитку.

Підгрупу джерел складають праці таких вітчизняних дослідників як О. Теребус, Шевченко О.В, Терещук В. Дані автори розкривають питання ролі PR у зовнішній політиці та використання ЗМК у зв'язках з громадськістю. Зокрема Шевченко О. В у своїй праці «PR-технології формування міжнародного іміджу держави» [83] розглядає два рівні впливу на політичне життя держави засобами з громадськістю: зовнішній та внутрішній.

Про використання ЗМК в PR-стратегіях країни пише В. Терещук у статті «Публічна дипломатія як зовнішньополітичний PR: концептуальний вимір» [21]. Де вказується, що саме здійснення PR за допомогою засобів масової комунікації є основною відмінністю між зовнішньополітичним PR та, до прикладу, комерційним. Залучення преси в зовнішній піар країни розглядає О. Теребус у своїй роботі «PR у системі масових комунікацій» [22]. Автором зазначено, що сьогодні у міжнародній практиці це виокремилось у окремий напрямок, що дістав назву медіа-рілейшнз.

Третю групу джерел становлять праці, що присвячені питанню функціонування та регулювання дипломатії та публічної дипломатії в політиці держави. Досліджували термін «дипломатія», зокрема німецький філософ Г. Лейбніц та правознавець Ф. Мартенс [58]. Вперше визначення поняття «публічна дипломатія» було розміщено Е. Гуліоном. Відмінні риси публічної дипломатії у порівнянні з класичною дипломатією дослідив Вільям Хубль, у своїй праці «Narratives and Strategic Communications in Foreign Policy». [52] У свою чергу Ніколас Калл досліджував структурні елементи публічної дипломатії. [15] Такі науковці як Ілан Е. Гілбоа [73] та Й. Коен [30] розглядали у своїх працях саме фактори, за якими публічна дипломатія впливає на зовнішню політику держави.

Підгрупу джерел склали нормативно-правові акти, що регулювали та регулюють сферу публічної дипломатії в Україні. Першим нормативним документом, що стосувався залучення публічної дипломатії у курс зовнішньої політики України було «Положення про створення у складі закордонної дипломатичної установи інформаційно-культурного осередку», видане указом Президента в 2006 році. Переосмислення ролі та значення публічної дипломатії відбулось в Україні в 2015 році, під час створення Управління публічної дипломатії України. А в 2021 році було прийнято нову «Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки» [9], яка передбачає розвиток всіх галузей країни з метою формування нового позитивного міжнародного іміджу України.

Четверту групу джерел складають публікації таких німецьких медіа-засобів як: «Deutsche Welle»; «Der Spiegel»; «Süddeutsche Zeitung»; «Die Zeit» тощо.

Висвітлюють стан німецько-українських відносин публікації «DW» опубліковані починаючи з 2004 року і до сьогодні. Сюди відносяться: «Франкфуртер альгемайне цайтунг: за відсутності перспективи з боку ЄС, Захід втратить Україну» (2004 рік) [79]; «Як склалися відносини Меркель з Україною» (відео) 2017 рік [88]; «Майбутнє України - не транзит газу, а водень» (інтерв'ю «DW» з посолкою ФРН) (2021 рік) та інші. Іміджу України в Німеччині присвячені статті «DW» та «Putin formuliert Ukraine-Doktrin - und droht» (2021 рік) [97]. Формують імідж України в ФРН публікації таких газет як «Der Spiegel» («Ukraine startet Militärmanöver mit Nato-Staaten» [98] та «Süddeutsche Zeitung» («Haus ohne Fundament» [93], «Arm und stolz und blutend» [90]).

Наступну підгрупу джерел щодо іміджу України в німецьких ЗМІ склали праці А. Осломовської («Політика формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав після 2014 р» [19]), К. Котляра «Імідж України у контексті міжнародних рейтингів» [14] та німецького науковця Д. Гроцького «Eigentlich Europa» [27]. Зокрема праця «Eigentlich Europa» висвітлює яке відображення мала Україна у провідному німецькому медіа дискурсі, починаючи від проголошення Незалежності та до сучасного періоду (2019 рік). У роботі також проаналізовано вплив історичних моделей трактування Сходу та Заходу на висвітлення ЗМІ України. Окрім цього, Німецьким товариством міжнародного співробітництва в 2017 році було проведено опитування серед 44 експертів з питань України та опубліковано дослідження «Україна очима світі». В якому висвітлюється імідж України в Німеччині в контексті її міжнародних відносин і внутрішнього розвитку, розглядаються слабкі та сильні сторони держави та міститься передбачення або ж очікування щодо майбутнього України.

Ще одну підгрупу джерел становлять публікації українських ЗМІ щодо іміджу України у світі, а саме «Радіо Свобода» («Репутація України у світі. Необхідно покращувати імідж держави» [63]), «Укрінформ» («Брак інформації про Україну небезпечніший навіть за дезінформацію» [33], «Україна очима іноземних друзів: три запитання до Дня Незалежності» [70]). Також українським центром «Нова Європа» було проведено в 2020 році дослідження «Як Україну сприймають

в країнах ЄС» [81]. В даному дослідженні серед країн були Німеччина, Польща, Франція та Італія. Де визначено, що в ФРН Україна найчастіше асоціюється з «війною», «анексією Криму», та «Росією».

П'яту групу джерел складають публікації українських мас-медіа щодо становлення та розвитку українсько-німецьких відносин. Зокрема це публікації таких ЗМІ як: «Укрінформ» [60]; «Вокс: Україна» [35]; канал «Дом» [32]; радіо «Свобода» [43], [36]; «Правда» [55]; «ВВС: Україна» [34]; «Главком» [84]; «Суспільне» [56]; «Громадське» [47].

Про імідж ФРН у світі та в Україні писали «ВВС: Україна» [76]; «Укрінформ» [67]; «Суспільне» [80]; «Економічна правда» [72]; «Громадське» [41].

Досліджував імідж Німеччини у світі український науковець О. Дзюба. У своїй статті «Формування позитивного культурного іміджу країни (на прикладі Німеччини)» [13] автор висвітлює історію створення ФРН свого позитивного іміджу, його ключові характеристики та особливості. Про те, як мінявся імідж ФРН саме у відображенні світових ЗМІ, писала О. Ткаченко у своїй статті «Трансформація іміджу Німеччини в світових ЗМІ» [24]. Дана робота містить аналіз ставлення до ФРН з боку різних світових медіа та висвітлює важливість медіа в процесі створення країною свого позитивного іміджу.

Останню групу джерел становлять результати міжнародних досліджень щодо розвитку країн. Зокрема міжнародний рейтинг «Good country Index» [92] (Індекс доброї країни) кожного року оцінює стан розвитку країни у таких галузях як: технології та наука, культура, міжнародна безпека, світовий порядок, клімат та планета, здоров'я і благополуччя та процвітання і рівність. Ще одним важливим міжнародним індексом є «Index of economic freedom» (Індекс економічної свободи), який визначає економічний потенціал країни, залежність економік країн від різних зовнішніх та внутрішніх чинників. Рівень нестабільності держави визначається міжнародним рейтингом «Fragile States Index» – FSI (Рейтинг нестабільних держав). Потенціал країни в туристичній галузі досліджує та оцінює індекс «The

Travel and Tourism Competitiveness Index». Рівень та стан реформування держави визначає міжнародний рейтинг «Nations in Transit».

Джерелами офіційної інформації слугували веб-сайти вітчизняних та міжнародних інституцій, таких як Посольство ФРН в Україні, Міністерство закордонних справ України, Федеральне Міністерство закордонних справ ФРН, Федеральний уряд Німеччини.

Висновки до 1 розділу

Сьогодні можна констатувати значне збільшення ролі засобів масової комунікації в зовнішній політиці країни. Це підтверджують праці багатьох теоретиків та дослідників масової комунікації. ЗМК виконують нові функції, серед яких основними є посередництво між суспільством та владою, репрезентація країни в світі, формування громадської думки тощо. Мас-медіа стали основним механізмом «м'якої сили» держави. Розвиток засобів масової комунікації сприяв появі нового виду дипломатії – публічна дипломатія.

Так, на думку багатьох науковців, саме публічна дипломатія має вагомe значення для іміджу країни закордоном, збільшення поінформованості серед населення про цю країну, розширення інвестиційного та туристичного потенціалу держави. Реалізується публічна дипломатія шляхом використання різних інструментів та засобів, серед яких основними є співпраця із закордонними ЗМК та отримання зворотного зв'язку. Саме завдяки інструментам, що містить ПД країна має змогу репрезентувати себе у різних сферах, до прикладу, в економіці, освіті та науці, культурі, мистецтві, спорті, державній політиці тощо.

Окрім цього, в рамках програми публічної дипломатії передбачається налагодження зв'язків з громадськістю та визначення правильної PR-стратегії країни. Сьогодні зовнішньополітичний PR є ключовим компонентом стратегічних комунікацій, що здійснюються саме дипломатичними службами та відомствами, метою яких є збільшення прихильності до країни з боку різних цільових груп та до її діяльності на міжнародній арені. Досить багато науковців ототожнюють поняття публічної дипломатії та зв'язків з громадськістю. Основною причиною є наявність різних конотацій терміну PR. Використання в зовнішній політиці країни термінів дотичних до поняття «дипломатія» є більш зрозумілим.

РОЗДІЛ 2

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ЗМК У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ФРН

2.1 Сучасні відносини між ФРН та Україною

Вагоме значення для кожної країни відіграють її міжнародні зв'язки. Налагодження дипломатичних відносин є одним із найважливіших завдань зовнішньої політики держави, а підтримання та розвиток цих відносин є стратегічною складовою просування власних інтересів на міжнародній арені. Тісні міжнародні зв'язки між різними державами дають змогу кожній країні всебічно розвиватись у різних сферах, це стосується економіки, політики, культури, освіти та науки, права, військової та гуманітарних галузей. Завдяки процесу глобалізації, сьогодні варто говорити про те, що відбулося зміцнення зв'язків між найвіддаленішими куточками світу та поширення на всій планеті єдиних, спільних для всього людства технологій, культур, ідей та ціннісних орієнтирів. Крім цього, для всього світового співтовариства виникли спільні проблеми (економічні, воєнні, екологічні, політичні). Все це дало поштовх для розвитку міжнародних відносин та їхнього удосконалення. Тому сьогодні мова йде не лише про суто міждержавні відносини, як такі, але і про міждержавні союзи та об'єднання. Прикладами таких союзів є такі організації як НАТО, ОБСЄ, ООН та ЄС. Кожна з даних міжнародних організацій представляє як окремі інтереси країн-учасниць, так і спільні інтереси самого об'єднання.

Тобто, перед кожною державою сьогодні постає потреба у пошуку потенційних союзників, із спільними цілями, ідеями та інтересами. Історично склалося, що для України одним із найважливіших стратегічних союзників була і залишається Федеративна Республіка Німеччина. Адже зараз ФРН - високорозвинена держава, що відіграє важливу роль у вирішенні міжнародних питань. Могутній економічний потенціал країни поставив її на одне із провідних місць на континенті та в Європейському Союзі. Саме тому для України досвід

Німеччини щодо державної та суспільно-економічної трансформації є корисним та повчальним.

Точкою відліку дипломатичних відносин між Україною та Німеччиною вважають підписання Берестецького миру 1918, що означало визнання тодішньої Української Народної Республіки як незалежної і суверенної держави. За часи існування Української республіки Німеччиною було відкрито декілька посольств на території держави, зокрема посольство та консульство в Києві, Генеральне консульство в Одесі, Віце-консульства в Катеринославі, Миколаєві та Маріуполі. Однак, під час Другої світової війни наша держава двічі була окупована нацистським режимом.

Сучасна історія дипломатичних зносин між цими двома країнами розпочалась лише з 1989 року, коли ФРН вперше була офіційно представлена в Україні Генеральним консульством у Києві. Варто зазначити, що Німеччина одна із перших країн, що визнали незалежність України (26 грудня 1991 р.). Незабаром в 1992 році, а саме 17 січня, між державами було встановлено нові дипломатичні відносини. А також у березні 1992 року в Бонні відкрилося посольство України, а першим Послом ФРН в Україні став фон Бассевітц. Німеччина відіграла неабияку роль у початку розширення співпраці України з Європейським союзом під час свого головування в ЄС. Завдяки її сприянню в червні 1994 року було підписано «Угоду про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Союзом» президентом Л. Кучмою у Люксембурзі та Головами Ради Міністрів та Європейської Комісії. А в 1995 році дана угода була ратифікована ЄС, а в 1996 шістьма країнами-членами союзу, зокрема і ФРН.

Окрім цього, в період з 1993 по 1999 роки обидні країни активно займались формуванням нормативної бази своїх відносин. Під час офіційного візиту до Києва 9-10 червня 1993 р. Федеральним канцлером Гельмутом Кодем було підписано такі законодавчі акти як:

- «Спільна Декларація про основи відносин між Україною та Федеративною Республікою Німеччина»;

- «Договір про розвиток широкомасштабного співробітництва у сфері економіки, промисловості, науки й техніки та інші домовленості»;

В 1996 році країни підписали:

- «Угоду про співпрацю у справах осіб німецького походження, які мешкають в Україні»;
- «Протокол про обмін ратифікаційними грамотами щодо угоди між Україною та Німеччиною про уникнення подвійного оподаткування»;

І завершився процес нормативного закріплення відносин підписанням «Статуту німецько-українського кредитного фонду». Загалом нормативно-договірна база відносин між Україною і ФРН складається з 70 документів міжнародно-правового характеру, серед яких укладені на міждержавному та міжурядовому рівнях – 43 документи.

Визначальним моментом розвитку відносин між державами стало те, що з 1998 року українська та німецька сторони почали проводити щорічні політичні консультації на вищому рівні. І вже в 2001 р. відбулися IV німецько-українські міжурядові консультації, на яких Федеральний канцлер Г. Шрьодер заявив, що Німеччина буде підтримувати Україну на її шляху до Європи, будучи водночас «щирим та відвертим партнером». Варто зазначити, що ФРН проводить дані консультації лише з деякими країнами, такими як Франція, Польща, Росія. На даних консультаціях уряди держав обговорюють нагальні питання та напрями подальшої співпраці. [74, с.5-7]

Впродовж з 2000 по 2009 роки на території України поступово почали відкриватись нові консульства ФРН, зокрема в 2000 році Почесний консул в місті Львів, влітку 2008 – в Одесі та влітку 2009 році в місті Донецьк (Генеральне консульство). У свою чергу Україна представлена у Німеччині Генеральними консульствами в містах Гамбург, Мюнхен, Франкфурт на-Майні, Відділенням Посольства України в Бонні.

Під час президентства В. Ющенка основний акцент у німецько-українських відносинах було зроблено на продовженні переговорів у форматі Україна-НАТО. І саме тоді на Бухарестському саміті НАТО було розглянуто питання, щодо членства

України в даній організації. Сама Ангела Меркель тоді наполягала на тому, щоб це питання обговорювалося лише країнами-учасницями Альянсу. Однак дане рішення в подальшому було відкладено, а сама ФРН відхилила «План дій щодо членства України в Альянсі», що значно підірвало довіру серед українського населення до канцлера ФРН. Починаючи з 2014 року відносини між країнами набули нового формату, а саме безпекового. На 50 щорічній конференції в Мюнхені в лютому 2014 року ФРН ухвалила рішення розширити свою участь у військових конфліктах за кордоном, а в березні цього ж року на засіданні Європейської Ради канцлер ФРН підтримала запровадження трьох рівнів санкцій проти Російської Федерації.

Сучасні німецько-українські відносини базуються на основі чотирьох ключових питань: безпекове питання (українсько-російський конфлікт), енергетичне питання (проект «Північний потік-2»), економічне питання та перспективи подальшої співпраці у зв'язку із виборами до Бундестагу та змін у міжнародній політиці ФРН. На сьогодні безпековий формат відносин між державами є найбільш актуальним. ФРН досі докладає безліч зусиль для врегулювання російсько-українського конфлікту в рамках «нормандського формату». Для цього залучено спеціально створену Організацію з безпеки та співробітництва в Європі (2014 рік) та Тресторонню контакту групу з мирного врегулювання ситуації на Сході (ОБСЄ, Росія, Україна). Діяльність ОБСЄ в Україні підтримується з боку ФРН на трьох рівнях: 1) військові навчання; 2) фінансова допомога; 3) технічне забезпечення. [57, с.57]

Варто зазначити, що врегулювання безпекового питання в Україні Німеччина здійснює також в рамках співпраці з ЄС, НАТО та віднедавна Ради безпеки ООН. На рівні ЄС – підтримка та продовження запроваджених санкцій проти Росії, від яких німецька економіка не має жодної «вигоди». Щодо співпраці з НАТО, то тут можна спостерігати за позитивними зрушеннями, а саме підтримці України у її намаганнях вступити до Альянсу. Враховуючи те, що Німеччина з початку 2019 року виступає непостійним членом Ради безпеки ООН, це створює додаткові умови розвитку відносини між країнами в плані безпекової співпраці. А саме застосуванню міжнародного гуманітарного права, наданню гуманітарної

допомоги, покращенню захисту цивільного населення під час збройних конфліктів тощо. [57, с.58]

Проте за 2019 рік значних зрушень у мирному врегулюванні військового конфлікту на Донбасі не відбулось. Провальними були також спроби з боку ФРН та Франції ввести в українське законодавство «формулу Штайнмаєра». Цей законодавчий проєкт викликав негативну реакцію більшості активного українського населення та сприяв політичним протестам, найбільші з яких відбулися 1,2,6 та 14 жовтня 2019 року. Зокрема через те, що основною ідеєю формули виступає врегулювання конфлікту на Донбасі шляхом проведення місцевих виборів під наглядом ОБСЄ на тимчасово окупованій українській території, а також надання особливого статусу окремим територіям Донбасу. [48]

Окрім цього, не вдалося втілити так званий німецько-французький «План кластерів», що був підготовлений восени 2020 року. Даний кластер складається з 11 пунктів і його реалізація містить такі етапи:

- Припинення бойових дій на території України;
- Відсутність контролю з боку України над територіями, де велись військові дії;
- Впровадження в українське законодавство змін до Конституції, зокрема про надання особливого статусу цим територіям та можливості проведення там місцевих виборів;
- Ухвалення закону про Амністію бойовиків;
- Проведення виборів на даних територіях.

Врегулювання конфлікту за «формулою Штайнмаєра» у ФРН вважають найоптимальнішим варіантом. Водночас подальші наслідки для України та українського населення не розглядаються. Саме це так чи інакше впливає на стан німецько-українських відносин, які в цьому плані значно загострюються. Так як німецька сторона наполягає на тому, що це на даний момент єдиний варіант мирного врегулювання конфлікту, а українська сторона так не вважає.

Ще одним чинником, що значно загострює відносини між Україною та ФРН є енергетичний. Зокрема йдеться про газовий проєкт «Північний потік-2». Уряд

ФРН на сьогодні є головним агітатором в ЄС побудови другого газопроводу з Росії (північно-західна сторона) до Німеччини (північно-східна сторона) через Балтійське море. Для України даний газопровід означає часткову втрату доходів від транзиту газу (2% ВВП), а також необхідність перебудови української системи транзиту газу для реверсу. Багато українських експертів вказують на те, що реалізація даного плану стане найбільшою поразкою американської дипломатії. А жителі Центральної та Східної Європи наголошують на тому, що укладення двох угод щодо газових потоків між ФРН та Росією дуже схожі між Мюнхенськими угодами (1938 р.) та пактом Молотова-Ріббентропа (1939 р.) [48]

Енергетична безпека стала одним із ключових питань, що обговорювались під час офіційного візиту канцлера Німеччини Ангели Меркель в Україну 22 серпня 2021 року. Зокрема Меркель заявила, що ФРН є зацікавленою в подальшій співпраці між державами в енергетичній сфері і договір про транзит газу територією України буде продовжено після 2024 року. Окрім, цього канцлер зазначила, що у випадку тиску з боку Росії на Україну через «Північний потік -2», уряд Німеччини буде наполягати на застосуванні нових санкцій проти РФ. Проте чітких гарантій та способів подальшого врегулювання даного питання не було надано.

Надзвичайний і Повноважний Посол ФРН в Україні Анка Фельдгузен зазначила, що на її думку, план «Північний потік – 2» буде реалізованим, так як він вже проходить сертифікацію. Німецький уряд намагається показати, що майбутнє української держави не визначається газовим питанням, воно може бути у продукуванні зеленої енергії та її експорті». Анка Фельдгузен робить також акцент на тому, що Німеччина можливо одна із перших перейде повністю на відновлювальні джерела, попередньо планується здійснити такий перехід до 2045 року. Це передбачатиме, що газ ФРН буде імпортувати набагато менше вже через 10-15 років. Саме тому Україна може стати для Німеччини та Європи дуже важливою в цьому плані. [49]

Також, Посол ФРН в Україні поділилась власними думками щодо подальшого розвитку відносин між державами. Вона зазначила, що за останні 7 років німецько-українські відносини відзначились тісною співпрацею. Зокрема

вона назвала проекти, що втілюються в Україні завдяки ФРН. Одним із таких є програма «Децентралізації», яка триває вже 5 років. Вона зазначає, що при візиті до громад, вона все частіше чує що «їм тепер набагато легше визначити свої власні пріоритети, а не ті, що пропонує безпосередньо Київ». [49]

Варто зазначити, що за сприянням ФРН та Німецького товариства міжнародного співробітництва GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) в Україні реалізується декілька великих проектів. Це програми розвитку таких сфер як децентралізація, енергоефективність, держуправління і підтримка про внутрішньо переміщених осіб. Одним із таких є проект «Спільно. Соціальні послуги для сімей у громадах», який передбачає фінансову та соціальну допомогу сім'ям, що проживають на Сході України. Федеральне міністерство економічного співробітництва та розвитку Німеччини планує виділити на це 10 мільйонів євро, в рамках програми «Сприяння розвитку соціальних послуг на Сході України на тлі пандемії COVID-19». На сайті посольства ФРН розміщена детальна інформація про дану програму. Там зазначається, що метою є подальший розвиток соціальних послуг у нещодавно об'єднаних громадах і підтримка створених управлінських структур у виконанні ними повноважень, які вони отримали під час реформи децентралізації. [44]

Ще однією важливою для України є програма співпраці між залізницею Німеччини «Deutsche Bahn» та «Укрзалізницею». В лютому 2021 року в Києві було підписано «Меморандум про спільну співпрацю». У Меморандумі йдеться про консультування німецьких фахівців у сфері оптимізації та загалом управління залізницею протягом 10 років. Компанія «DB E&C» надаватиме «Укрзалізниці» технічну підтримку у сфері вантажних та пасажирських перевезень, інфраструктури та технічних послуг обслуговування. А до кінця 2021 року компанією буде оприлюднено звіт, що міститиме рекомендації з модернізації пасажирських перевезень. Наразі співпраця базується на трьох чинниках:

- створення дорожньої карти пасажирських перевезень,
- запровадження нової фінансової системи перевезень пасажирів,
- підтримка при закупівлі нових транспортних одиниць.

Серед реформ, що проводились в Україні, найуспішнішими, на думку Посла ФРН в Україні Анки Фельдгузен, є банківська реформа та реформа децентралізації. Окрім цього, вона зазначає, що непогано розпочалась медична реформа в нашій країні. Серед сучасних проєктів Посол відзначила «Прозорро», «Дія» та «Дій вдома». [60] Однак уряд ФРН все ще очікує на реформування судової системи, земельної, системи безпеки України та завершення реформи децентралізації.

Економічні відносини між ФРН та Україною займають важливе місце в системі міжнародних відносин. Німеччина на сьогодні є одним із найголовніших партнерів України у контексті торговельно-інвестиційної співпраці. Історія розвитку економічних відносин між державами розпочалась з 2005 року, коли Федеральним канцлером Шрьодером та Президентом В. Ющенко було створено німецько-українську Групу високого рівня з питань економіки (High Level Group). Метою цієї Групи було сприяння розбудови двосторонніх економічних відносин між країнами. Цією групою забезпечується обмін інформацією щодо економічної співпраці, реалізація економічних проєктів тощо. Крім цього, «Німецька консультативна група» вже протягом декількох років надає консультативну допомогу щодо соціальної та економічної політики українській державі. За сприянням Асоціації торговельно-промислових палат Німеччини в Україні функціонує «Делегація німецької економіки». На сьогодні у рамках економічної співпраці в Україні діють такі економічні інституції:

- Відділ економіки Посольства Німеччини;
- Німецько-українська промислово-торговельна палата;
- Робоча група з питань права при Делегації німецької економіки в Україні.

[53]

Україна експортує ФРН текстиль, одяг, сплави та метали, залізні вироби тощо. Товарами, що експортує Німеччина є транспортні засоби (22%), особливо автомобілі (8%), хімічна (8%), електрична, фармацевтична продукція та інформаційні технології (10%). Варто зазначити, що в період з 2014 по 2015 роки відбувся спад торгівлі між країнами. Перш за все це пов'язано із початком російської агресії проти України, анексії Криму. Проте, починаючи з 2016 року та

до 2019 року експорт ФРН підвищився та сягав 15-22%. Збільшився відсоток поставок в автомобільній, машинобудівній, хімічній та інформаційній галузях. А також було відкрито більше авіарейсів між ФРН та Україною. Щодо українського експорту то 2019 рік можна назвати одним із найуспішніших, так як число експортованих товарів збільшилось на 6% (2,97 млрд доларів США) у порівнянні з іншими роками. Серед товарів на які збільшився попит в ФРН можна назвати тютюнові вироби, нафтопродукти, руди. Знизився рівень експорту таких товарів як шкіра, комп'ютерна техніка, фармацевтика. [35]

За даними Зовнішньоторговельної палати, на нашій території функціонують близько 2500 німецьких компаній, серед яких найбільше малого та середнього бізнесу. І сьогодні число таких компаній поступово збільшується. До прикладу, за даними німецького видання «Lebensmittel Zeitung», німецька мережа магазинів зі зниженими цінами «Lidl» планує розширитись також і в Україні. Для цього вона активно вивчає ринок України та вже найняла регіонального менеджера Адама Міщишина, який до цього працював у польському «Lidl». Мережа даних магазинів наразі функціонує в 32 країнах. Від самої компанії «Lidl» поки не має конкретного підтвердження щодо розширення, але вона зазначила, що дослідження України як потенційно цікавого ринку проводяться.

Варто зазначити, що до пандемії Covid-19 німецькими підприємствами було створено біля 60 тисяч робочих місць в Україні. Незважаючи на сприятливі інвестиційні умови, такі чинники як бюрократія, корупція, еміграції кваліфікованих фахівців, війна на Донбасі перешкоджають розширенню іноземних інвесторів. Військовий конфлікт на Сході країни напряму спричинив те, що більшість німецьких інвестиційних проєктів зосереджена на Заході країни. Однак експерти вважають, що на сучасному етапі розвитку українсько-німецьких відносин, економічна співпраця має досить великі перспективи, особливо в енергетичній та туристичній галузях. Україна багата на відновлювальні джерела енергії і це створює вагомі підстави для розвитку економічного діалогу між країнами.

1 червня 2021 року Посольством Федеративної Німеччини в Україні було опубліковано статтю «Ukraine: Beziehungen zu Deutschland» (Україна – Відносини із Німеччиною) в якій проаналізовано сучасний стан відносин між країнами, напрямки подальшої роботи. В статті йдеться про те, що Федеративна Республіка Німеччина є досить зацікавленою у стабільному, демократичному та економічному розвитку України. З 2014 року Німеччина підтримує Україну загальною сумою понад 1,8 млрд євро. [97, с.1] Також доповнюють державні заходи проєкти політичних фондів, асоціацій та громадських організацій.

В галузі розвитку з 2014 року та в рамках двостороннього співробітництва, було виділено близько 757,5 млн євро. Напрямами співпраці визначено демократію, громадянське суспільство, державне управління, децентралізацію а також енергоефективність та сталий економічний розвиток. Окрім цього, ФРН є одним з найбільших двосторонніх донорів гуманітарної допомоги (близько 150 млн євро з 2014 року), кошти якої використовуються для розмінування та видалення залишків боєприпасів. У серпні 2020 року була створена центральна платформа для діалогу з питань енергетичної політики між двома країнами з підписанням «Спільної Декларації про наміри щодо створення німецько-українського енергетичного партнерства». Енергетичне партнерство консолідує діяльність уряду Німеччини, який підтримує низку двосторонніх проєктів в Україні у цій сфері.

Німеччина також фінансує програму розширення співпраці з громадянським суспільством у країнах Східного партнерства та Росії на 2014-2020 роки загальною сумою 94 млн. євро, а у 2021 році понад 19 млн. євро плануються виділити на подальші програми. В Україні виділяються для двосторонніх проєктів 27 млн. євро та 14 млн. євро для регіональних. У 2021 році майже половина всіх проєктів (загалом понад 200) матимуть українських учасників. Важливою складовою співпраці між країнами визначено також створення незалежного суспільного мовника та посилення молодіжного обміну.

Важливі заходи підтримки уряду Німеччини об'єднані у «План дій України», до виконання якого залучено багато федеральних міністерств та організацій, а також бізнес та громадянське суспільство. За координацію плану відповідає

Федеральне міністерство закордонних справ. План дій включає як короткострокові заходи щодо швидкого подолання надзвичайних ситуацій, так і середньо- та довгострокові програми вирішення структурних проблем в Україні.

Ще одним важливим питанням у контексті розвитку сучасних українсько-німецьких відносин є вибори до Бундестагу 2021 року. Хоча більшість партій у своїх політичних програмах акцентують увагу в основному на внутрішніх змінах, кожна із німецьких партій має власну позицію щодо України. Тому тут постає потреба у розгляді даних позиції та як вони в майбутньому впливатимуть на відносини між державами. Однією із найпопулярніших партій у ФРН є Консервативна партія Християнсько-демократичного союзу (ХДС\ХСС). Її ключовими ідеями є захист клімату, запровадження технічних інновацій та процесу діджиталізації.

Питання подальшої співпраці між Україною та ФРН в плані розвитку водневої галузі розглядається Лівоцентристською Соціал-демократичною партією Німеччини (СДПН). Лідером партії, Олафом Шольцом, кілька разів було порушено питання окупації Криму, яку він називає «величезною проблемою» та яка є причиною напруженої ситуації на східних територіях України. Щодо проєкту «Північний потік-2» то його Олаф Шольц розглядає лише в плані економіки.

Ще однією партією є Ліво-ліберальна партія «Союз 90/Зелені». Варто зазначити, що це єдина партія, що виступає проти проведення газопроводу «Північний потік-2» та дотримується жорсткої політики щодо Росії. А їхній лідер Анналена Бербок декілька разів висловлювалась за членство України в ЄС і НАТО, в разі стабілізації політичної та економічної ситуації в державі. Вона активно виступає за підтримку України в російсько-українському конфлікті та посиленні тиску на Росію. Для української держави дана партія є надзвичайно важливою, адже її програми містить серед інших найбільш проукраїнську позицію.

За результатами виборів перше місце зайняла партія СДПН, друге - ХДС/ХСС та третє – «Зелені». Експерт з міжнародних відносин Т. Семенюк поділився своїми припущеннями щодо розвитку німецько-українських відносин відповідно до результатів виборів. За його словами, відносини між державами не

зазнають значних змін, адже дана партія не буде радикально відштовхуватись від політичної моделі, розпочатої А. Меркель. Політика щодо Росії не зміниться також, ФРН і в подальшому буде виявляти зацікавленість у економічній співпраці між державами, а також в отриманні дешевого російського газу. [32]

Колишній Міністер закордонних справ України Павло Клімкін (2014-2019 р.) наголошує на тому, що нові претенденти в канцлери ФРН є дуже прагматичними, саме тому Україні потрібно думати над тим, що ми можемо запропонувати ФРН. Він говорить про те, що «перш за все потрібно залучати німецький бізнес в Україну, до прикладу німецький U-Bahn до «Укрзалізниці», німецькі фірми до енергетичної галузі. Коли ФРН матиме тут що купити, продати та зробити – сприятиме розвитку двосторонніх відносин». [43] Більшість експертів говорять про те, що незважаючи на результати виборів в Німеччині, Україні потрібно займати активнішу позицію у розвитку українсько-німецьких відносин. Не тільки чекати, що уряд ФРН запропонує, але і самим шукати ті напрями та аспекти, які зацікавили б ФРН та були б вигідними для обох сторін.

2.2 Відносини між Україною та ФРН у відображенні національних ЗМК обох держав

Неабиякий інтерес суспільства щодо розвитку відносин між ФРН та Україною викликали публікації в ЗМК. Як німецькі так і українські національні ЗМІ, а також закордонні, активно відслідковують події, що відбуваються у країнах, та намагаються першими опублікувати їх. Іноді це сприяє тіснішій кооперації між країнами, а іноді згубно впливає на їхній імідж. Німецька медійна система характеризується своєю відкритістю та доступністю. Зокрема свобода слова та свобода вільного висловлювання захищається Конституцією ФРН (стаття 5), де зазначається, що «кожний громадян ФРН має право на вільне висловлювання своєї думки в будь-якому вигляді – усно, письмово, аудіо-, відео-форматі, зображення тощо. Він також має право вільно розповсюджувати, а також без перешкод отримувати інформацію із загальнодоступних джерел». Варто зазначити, що преса в Німеччині знаходиться під владою, перш за все, приватних медійних підприємств, а не верхівки влади та є плюралістичною.

Сьогодні ФРН є п'ятою країною, після Китаю, США, Японії та Індії, за розміром газетного ринку. Найбільшими та найпопулярнішими газетами в країні є:

- 1) «Frankfurter Allgemeine Zeitung» (FAZ, 1949 рік)- Франкфуртська загальна газета;
- 2) «Süddeutsche Zeitung» (SZ, 1945 рік) – щоденна газета, що видається у Мюнхені;
- 3) «Die Welt» (1946 рік) – громадсько-політична щоденна газета, що видається у Берліні;
- 4) «Der Spiegel» (1947 рік) – німецький щотижневий журнал, що публікується у Гамбурзі;
- 5) «Die Zeit» (1946 рік) – щотижнева газета, що виходить в Гамбурзі та в інших містах.

Кожна із даних газетних видань представлена інтернет-видавництвом. Щодо теле- та радіомовлення, то в Німеччині воно базується на дуальному принципі (приватне та громадське). Найбільшими телеканалами є «ARD», «ZDF», «N-tv»,

«N24», «RTL», а радіо-станціями: «ARD», «Deutschlandradio», «Deutsche Welle». [50, с.1] Зокрема «Deutsche Welle» (Німецька хвиля) є найбільшою державною телерадіокомпанією Німеччини та входить у об'єднання «ARD» (Робоча спільнота публічно-правових радіостанцій Федеративної Республіки Німеччина). Ця телестанція обслуговує 30 мов, має власну радіо-станцію та інтернет-сторінку, а з 2015 року активно спрямовує свою діяльність закордоном, маючи цілодобову програму англійською мовою. Саме «DW» в Німеччині активно транслює новини, що пов'язані з відносинами Німеччини та України щодо різних тем. На офіційній сторінці можна знайти публікації про культурну, політичну та економічну співпрацю, роботу у галузі освіти та науки тощо.

Збільшення інтересу з боку німецьких мас-медіа до висвітлення відносин між ФРН та Україною та розгляду України як цільового партнера Німеччини, можна спостерігати лише після подій на Євромайдані. Звісно, до «Революції Гідності» німецькі ЗМІ так чи інакше висвітлювали події, що стосувались Німеччини, і в них було присутнє українське питання, проте на той час для самої ФРН Україна була на задньому плані. В період президенства Л. Кравчука основна увага німецьких медіа була зосереджена не стільки на українсько-німецьких відносинах, а на процесі становлення незалежності України та її відносинах з Росією. До прикладу, німецька газета «Die Zeit» у своїй статті під назвою «Der große Streit um Ruhm und Rost» \ «Велика суперечка про славу та іржу» пише про суперечку щодо Севастополя та Чорноморського флоту між Росією та Україною без жодного посилання на будь-яку стратегічну значимість для Заходу або Європи: «Росіяни та українці, брати-слов'яни, з початку року наполегливо торгувалися за вже іржаву спадщину. Леонід Кравчук сподівається, що самі ці території представлять Україну як морську державу в Європейському Союзі». Щодо питань безпеки, інша німецька газета «FAZ» також зосереджує увагу на антагонізмі між Києвом та Москвою, в якому Захід у найкращому випадку втручається як посередник. [27, с.107]

Із приходом до влади Л. Кучми, німецькі ЗМІ, такі як «Der Spiegel» і «Die Zeit» характеризували нового президента України як: «Technokrat aus der Rüstungsindustrie» \ «Технократа з озброєння» та «Roter Direktor» \ «колишнього

червоного директора». [27, с.109] У той же час політика президента Кучми в середині 90-х років розглядається як збалансована щодо Росії, а також орієнтована на захід. Під час першого перебування Кучми на посаді спостерігачі в німецьких засобах масової інформації були особливо здивовані зближенням між Україною та НАТО. «Der Spiegel» (1995 р.) провело інтерв'ю з Л. Кучмою про перший рік перебування на посаді: «За рік, відколи Ви стали президентом, Україна завойовує репутацію зразкової країни у межах СНД. Для багатьох на Заході Ви - найдорожчий экс-комуніст. Сьогодні Ви співпрацюєте з НАТО у програмі «Партнерство заради миру» та проводите спільні маневри з американцями». [27] Німецька теле-радіо служба «DW» опублікувала статтю, присвячену стану політичних та економічних відносин між ФРН та Україною за час президентства Л. Кучми. На думку німецького політолога Райнера Лінднера, відносини між країнами напружуються через ситуацію зі свободою слова в Україні та ставлення чинного президента до опозиції. Він зазначає, що «за розвитком ситуації в Україні німецька сторона спостерігає дуже пильно. Саме тому між країнами сьогодні переважає складний політичний клімат».

Райнер Лінднер відзначає інтенсивний розвиток економічної співпраці, завдяки реалізації німецькими підприємствами в Україні кількох інвестиційних проєктів. Йдеться про фірму «Leoni», концерн «Metro» та «Henkel». А також банківське кредитування показує позитивні зрушення, де слід згадати такі німецькі фінансові інститути, як «WestLB» і «Commerzbank». Проблемою в даному контексті виступає лише податкове та митне законодавство України, яке на думку багатьох інвесторів значно ускладнює процес інвестування – повідомляється в джерелі. [86]

З «Помаранчевою революцією» Україна вперше розглядається в німецьких ЗМІ саме в контексті налагодження відносин між ФРН та Україною. Зокрема німецькі експерти прокоментували результати виборів в Україні та прихід до влади В. Ющенка. Відтак, за словами Йоганнеса Пфлуга, голови робочої групи із зв'язків з країнами СНД (Фракція соціал-демократів у Бундестазі), у зв'язку із подіями в Україні в Німеччині неодноразово піднімалось питання підтримки країни, як в

комісіях Бундестагу з питань зовнішньої політики, так і в різних робочих групах. На них обговорювалось посилення контактів з українською державою, проведення регулярних двосторонніх консультацій щодо налагодження тіснішої співпраці – повідомляє німецьке джерело «DW».

Окрім цього, німецькими виданнями на той час активно обговорювалось подальше майбутнє України у контексті ЄС. Так німецька газета «Frankfurter Allgemeine Zeitung» писала, що «в разі перемоги В. Ющенко на виборах, в Україні буде виконано одну із найважливіших вимог, що була висунута Європейським Союзом, а саме вірність західним цінностям. Тому Захід повинен розпочинати розробляти нову стратегію щодо України». [79]

Щодо соціальної та економічної співпраці в період президентства В. Ющенко, то в німецькому виданні «Deutsche Welle» було опубліковано декілька випусків, що характеризують тодішній стан українсько-німецьких відносин у даних галузях. Перш за все йдеться про надання фінансової допомоги на розвиток інфраструктури у найбільш бідніших районах Криму. Зазначається, що німецьким банком «KfW» планувалось виділити п'ять мільйонів євро на розвиток соціальної інфраструктури чотирьох районів Криму. Окрім цього, джерело посилається на слова директора Українського фонду соціальних інвестицій – Віктора Мірошніченка, який вказує на те, що соціальна співпраця між країнами розпочалась в 2008 році. Тоді німецьким банком «KfW» було виділено 8 мільйонів євро на розвиток інфраструктури в Донецькій та Луганській областях. Ще одна стаття «DW» описує готовність з боку ФРН допомогти Україні в плані розбудови нової стратегії експорту в державі: «українській державі потрібно працювати над виробництвом нової продукції та товарів, сприяти технологічному та інноваційному розвитку, покращити власну якість товарів та зайнятись просуванням не тільки великого, але і малого та середнього бізнесу».

Незважаючи на певні зрушення серед німецьких ЗМІ у відображенні українсько-німецьких відносин в період з 2005 по 2010 роки, переважна більшість публікацій стосувалась співпраці ФРН з Росією, зокрема з питань поставки газу та прокладення газопроводу «Північний потік». При чому такі ЗМІ як «DW», «FAZ»,

«DZ» висловлювали свої думки, щодо можливого тиску на Україну з боку Росії у газовому питанні.

Досить напруженими стали відносини між державами під час президентства В. Януковича особливо у відображенні німецьких ЗМІ. Через кілька місяців після президентських виборів німецьке видавництво «FAZ» знову розглядає Україну як «самодержавство», «Der Spiegel» говорить про «захоплюючу швидкість», з якою Янукович продовжує демонтаж демократії установ. Через два роки «режим Януковича» очевидно ідеальний і стабільний. «Відвідування диктатора» - це заголовок «FAZ» у коментарі до чемпіонату Європи з футболу в Польщі та Україні. [27, с.163] Варто зазначити, що через ситуацію з Ю. Тимошенко сама Ангела Меркель назвала Україну диктаторською державою. Вимога про звільнення Тимошенко з під варти як передумова для підписання угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом стає центральною темою в німецьких засобах масової інформації.

Негативно оцінили мас-медіа в Німеччині відмову президента В. Януковича проводити щорічний саміт «Україна-ЄС». А німецьке джерело «DW» опублікувало інтерв'ю з депутатом Бундестагу від фракції Союз 90/Зелені Віолою фон Крамон. Депутат розглядає перспективу вступу України до ЄС за тодішньої ситуації, зазначаючи, що це неможливо і про це «нині дійсно не йдеться». За її словами: «Не має сенсу говорити про можливість вступу до ЄС, коли політика уряду на це не спрямована».

Щодо економічних відносин, то в ФРН вважають, що підписання «Угоди про асоціацію ЄС з Україною» сприятиме розвитку позитивного бізнес-клімату в державі. Делегат німецької економіки в Україні Александер Маркус поділився в інтерв'ю «DW» своїми думками щодо цього. Він наголошує на тому, що «німецькі фірми та підприємства мають великі надії на те, що підписання Угоди сприятиме перетворенню України на державу, що прямує до ЄС, тобто туди де інвестори мають сприятливі умови ведення бізнесу». Основним лобістом підписання цієї Угоди про асоціацію та створення вільної зони торгівлі з Україною та ФРН є

Східний комітет німецької економіки. На думку членів комітету дана угода дозволить значно збільшити товарообіг між країнами.

Проте, переломним моментом у висвітленні німецькими мас-медіа відносин між державами стала «Революція Гідності». Тоді у медійному дискурсі ФРН переважали публікації про непідписання «Угоди про асоціацію Україна-ЄС», подальші зростаючі протести проти Януковича, його втечі та усунення парламентом, анексію Криму Росією та військовий конфлікт на сході України аж до підписання Мінської угоди. Німецька газета «FAZ» писала: «Was nun in Kiew passiert, ist die größte Demonstration für europäische Werte und zugleich die größte Demonstration gegen Putin, der die Ukraine als seine eigene Domäne betrachtet» \ «Те, що зараз відбувається в Києві, є найбільшою демонстрацією європейських цінностей і одночасно найбільшою демонстрацією проти Путіна, який вважає Україну своїм власним доменом». [27]

Особлива увага була присвячена ролі ФРН у вирішенні проблем в Україні. Так, урядовим органом Німеччини «Bundeszentrale für politische Bildung» було опубліковано статтю про офіційний візит П. Порошенка до Берліна та обговорення щодо напрямків подальшої співпраці між ФРН та Україною. Зокрема за словами А. Меркель: «ми працюємо з трьома основними елементами: по-перше, це підтримка України, по-друге, ми наполягаємо на мирному та дипломатичному вирішенні конфлікту, по-третє, ми також готові ввести нові санкції у разі необхідності - але це не самоціль». Щодо економічної співпраці канцлер висловила: «Звичайно, ми також говорили про те, як виглядає економічна ситуація, і перш за все про те, як ми можемо забезпечити належне виконання програми МВФ. Німеччина готова допомогти тут». [95] У свою чергу Президент України П. Порошенко зазначив: «Можу сказати, що відносини між Німеччиною та Україною ніколи не були на такому високому рівні. Ми дуже задоволені підтримкою, яку Німеччина та весь Європейський Союз надають Україні» - повідомляє джерело.

Німецькі мас-медіа неодноразово писали про фінансову складову співпраці між державами. Так, зазначається, що з метою розширення співпраці з українським громадянським суспільством, німецький Бундестаг у 2014 році створив назву

бюджету, який мав бути використаний для фінансування програм співпраці з Україною та Східного партнерства. Основна увага цих програм - сприяти «стабілізації в Україні». Минулого року за даними Федерального міністерства закордонних справ, були виділені спеціальні кошти на суму понад п'ять мільйонів євро для понад 80 різноманітних проєктів в Україні та країнах Східного партнерства. Також на 2015 рік було надано п'ять мільйонів євро. Крім цього, німецькі ЗМІ тоді висловлювали свою думку, про те, що в українсько-німецьких відносинах простежується певна тенденція патерналізму під час підготовки ряду проєктів - від розробки більших концепцій до подання менших на фінансування Федеральним міністерством закордонних справ. [89]

В 2016 році «DW» видали статтю про «невикористаний потенціал співпраці між Німеччиною та Україною». В ній зазначається, що Берлін став союзником України у стримуванні агресії Москви, власне, за допомогою санкцій. Проте вказується на те, що ФРН захищає скоріше міжнародне право, а не саму Україну. Заступник директора «Інституту світової політики» Сергій Солодкий у своїй аналітичній довідці «Україна-Німеччина: як ситуативне партнерство перетворити в пріоритетне?» зазначив, що «Берлін передусім став на захист міжнародного права та постгельсінського порядку безпеки в Європі, а не власне України» [65, с.1]

Щодо економіки, то делегат німецької економіки в Україні А. Маркус висловився, що проблемою яка стримує економічну співпрацю між країнами є надмірне державне регулювання та корупція України. За його словами «в Україні переважає не стільки погана економіка, як поганий маркетинг». Дві третини німецького населення підтримують надання матеріальної допомоги Україні, німецька молодь (40 відсотків) вважає, що Україна є частиною Європи, але 57% німецьких громадян виступають проти вступу України до НАТО (згідно з опитуванням «Pew Research Center» від 2015 року). Такі дані опублікували у своїй доповіді фахівці «Інституту світової політики».

Окрім цього, у ЗМК Німеччини неодноразово висвітлювалась політика канцлера ФРН Ангели Меркель щодо України та розвитку подальшого співробітництва. За час при владі В. Ющенко та В. Януковича німецько-українські

відносини стояли на місці, а саму Україну до подій 2014 року розглядали як суто пострадянську країну, владна верхівка якої є олігархічною та корумпованою. Україна з'являлась на порядку денному канцлера ФРН лише з питань газової війни між Росією та Україною та критики ув'язнення Ю. Тимошенко, а також ініціативи «Східного партнерства ЄС». Євромайдан, анексія Криму, військові дії на Донбасі дали поштовх до зміни ставлення до України, зокрема збоку уряду Німеччини.

Мінський процес, Нормандський формат, врегулювання конфлікту на Донбасі лише мирним шляхом, санкції проти Росії та невизнання анексії Криму – складові сучасної політики Меркель, що стосуються питання відносин з Україною. Перший офіційний візит канцлера в Україну відбувся 23 серпня 2013 року, що став символічним проявом підтримки Німеччиною України. Ангела Меркель всіляко намагалась знайти дипломатичне вирішення конфлікту на Донбасі та прийняти серед партнерів ЄС одностайне рішення щодо санкцій ЄС. Уряд Меркель на рівні різних міністерств надає допомогу Україні з децентралізації, відбудови Донбасу, підтримки внутрішніх переселенців та лікування поранених військово-службовців тощо. Щодо перспективи членства України в ЄС та НАТО Ангела Меркель відстоює позицію, що для цього питання ще не прийшов час. Тим не менш, вона висловлюється за інтенсивнішу співпрацю між Україною та Альянсом, а також активнішу євроінтеграцію України в межах Угоди про Асоціацію. Загалом питання інтеграції в НАТО є одним із проблематичних аспектів у відносинах між Києвом та Берліном. Переважна більшість німецьких політиків виступають проти членства України в Альянсі, щоб не псувати відносини із Росією. [88]

Однією із тем, що обговорювали всі ЗМК ФРН стали вибори в Україні 2019, та як їхні результати вплинуть на подальші відносини між державами. Зокрема німецькою телекомпанією «Deutsche Welle» було опубліковано інтерв'ю із німецьким депутатом Йоганном Вадефулем, який зазначав, що український народ більше не довіряє політичному класу настільки, наскільки це зазвичай прийнято у сучасній державі. Саме тому більша частина населення підтримує кандидата, у якого зовсім немає політичного досвіду. А деякі із програмних ідей В. Зеленського він охарактеризував як мало реалістичні. Та в основному він зазначив, що

ключовим питанням для німецького уряду залишається чи продовжить Україна після виборів курс на зближення з Європою. Не йдеться про членство в ЄС і НАТО, а про те чи буде новий президент поділяти європейські цінності, права людини, свободу слова і верховенство права, і основне гарантувати забезпечення цих прав. [68, с.2]

При аналізі найновіших публікацій німецьких ЗМІ, можна констатувати, що всі вони вказують на те, що відносини між Києвом та Берліном, після приходу до влади В. Зеленського, не покращилися. Такої ж думки українські політики, зокрема київський експерт з питань зовнішньої політики, директорка центру «Нова Європа» Альона Гетьманчук. Вона зазначає, що новий президент України є «некомфортним партнером» для Меркель, в тому числі, через деяких представників його оточення. Однією із причин німецькі засоби мас-медіа називають різкі висловлювання В. Зеленського про те, що ФРН могла б більше зробити для України. Йдеться про інтерв'ю німецькій газеті «Frankfurter Allgemeine Zeitung» (FAZ), де Зеленський висловив подяку А. Меркель, але і зазначив, що він чекав від неї більшого.

Досить категорично німецьке джерело «DW» висвітлило реакцію України на пропозицію А. Меркель і президента Франції Е. Макрона відновити саміти ЄС-Росія, що були припинені після анексії Криму. Зазначається, що даний вчинок викликав роздратування в Києві, а Міністер закордонних справ України Дмитро Кулеба назвав цю пропозицію «неприємним та неочікуваним нападом з боку ФРН та Франції». Не оминули тему «Північного потоку-2», який Штайнмаєр назвав «мало не останнім мостом» з Росією, що викликало критику з боку Посла України в Німеччині А. Мельника. Досить щільною є тема культурної спадщини, науки, освіти, мистецтва та соціальної співпраці. Велика кількість публікацій багатьох німецьких мас-медіа присвячена історичним датам та подіям, що пов'язують Україну та Німеччину, культурним та мистецьким проектам тощо.

Щодо України, то наша медійна система представлена багатьма теле – та радіостанціями, газетними виданнями та Інтернет-виданнями. Найпопулярнішим видом ЗМК серед українців є саме телебачення (86 % населення, за даними 2018 року), на другому місці знаходяться інтернет-ресурси (27%), третє місце займають

соціальні мережі (24%). Слідкують лише за україномовними медіа 57% жителів України. [75] В основному більшість друкованих видань публікується українською мовою, проте присутня велика кількість російською та декілька англійською. Порівнюючи українську медіа-систему з німецькою, то варто зазначити, що нашим ЗМК не вистачає незалежності та свободи слова. Саме тому серед населення спостерігається тенденція недовіри до ЗМК, зокрема згідно з підсумками 2019 року - всього 19% населення вірить пресі, 22% - радіо, 49% - телебаченню та 51% - інтернет-виданням. [38]

За рейтингом «SimilarWeb» за 2020 рік, найбільш популярними серед населення України є наступні ЗМІ: «Українська правда», «24tv», «Кореспондент», «РБК-Україна», «Обозреватель», «НВ», «Цензор-нет», «ТСН». У відносних показниках найбільше зростання переглядів продемонстрували такі сайти як:

- «Liga.net – 230» - 12 %;
- «Suspilne.media» - 154,55 %;
- «Pravda.com.ua» – 151,12%;
- «Zahid.net» – 135, 63%;
- «Hromadske.ua» – 135,63%;
- «Unn.com.ua» – 132,26% [62, с.2]

Варто зазначити, що українські ЗМІ неодноразово піднімали тему українсько-німецьких відносин у своїх публікаціях. Під час президентства Л. Кучми публікації ЗМІ в Україні базувались на одному ключовому питанні: «чи вдасться налагодити тісніші відносини з ФРН». Зокрема українське видавництво «Радіо Свобода» випустило інтерв'ю, в якій політолог В. Гладко ділився своїми припущеннями щодо розвитку відносин між країнами після дводенного візиту Л. Кучми в Берлін. За його словами: «українсько-німецькі відносини не стануть ні теплішими, ні кращими після цього візиту. Це схоже до розмови глухого з німим». Він зазначає, що в ФРН бачать відсутність демократії в Україні і налагодження тісніших відносин напряду залежить від змін в українській державі. [36]

Інше українське ЗМІ «Українська правда» опублікувало підсумки V українсько-німецьких консультацій, на яких президентом України Л. Кучмою та

Федеральним канцлером Німеччини Герхардом Шредером було підписано «Угоду про фінансове співробітництво між урядами двох країн», яка передбачала виділення 14 млн євро з боку ФРН на реалізацію спільних програм. Сам Герхард Шредер зазначив, що він з оптимізмом розглядає розвиток подальших відносин. А Л. Кучма висловився про те, що такого роду двосторонні консультації мають велике значення для майбутньої співпраці. [55] Водночас основним геополітичним завданням України Л. Кучма визначив вступ до ЄС. Однак корупція, олігархія, проблеми із дотриманням прав та свобод українських громадян поставили під сумнів намагання держави стати членом Європейського союзу.

Неабияким зрушенням на шляху до вступу в ЄС стала «Помаранчева революція» та обрання В. Ющенка президентом. Як повідомляє українська версія «ВВС» при офіційному візиті до Берліну В. Ющенко висловився про те, що українська держава є невід'ємною частиною європейської родини народів. [34] У свою чергу канцлер Німеччини Герхард Шредер зазначив, що німецький уряд буде підтримувати економічні зв'язки Європи з Україною, проте він ухилився від питання перспективи вступу Україна до ЄС. Українське ЗМІ «Радіо Свобода» опублікували статтю (2005 р), в якій йдеться про те, що ФРН перебуває на стадії зміни своєї міжнародної політики, яка орієнтується на тісніші російсько-німецькі відносини. Вагому роль у цьому процесі відіграє Україна. В економічному плані Росія для ФРН є основним джерелом поставок енергетичних ресурсів. В політичному – ФРН єдина держава яка на той час не визнала причетність Росії до президентських виборів в Україні. Підтвердженням тісної співпраці між Росією та Німеччиною стало підписання між країнами в 2005 році «Угоди про будівництво газопроводу дном Балтійського моря». Даний газопровід мав будуватись в обхід України та Польщі. Дана ситуація тільки посилила негативні тенденції щодо українсько-німецьких відносин серед українського медійного простору.

Значного напруження отримали відносини між країнами після Бухарестського саміту, на якому Україну не прийняли до НАТО. Президент України В. Ющенко так прокоментував дану ситуацію в прямому ефірі українського телеканалу «Україна-24»: «Через те, що Ангела Меркель виступила

проти надання Україні «Плану дій щодо членства в Альянсі», наша держава отримала відмову». Таке рішення канцлера він пояснив тим, що на її думку лише третина населення підтримувала вступ до НАТО. Після цього в українському медійному середовищі почались дискусії щодо того чи ФРН є дійсно для України «другом», чи вона має на меті допомогти Україні, чи її цікавлять лише власні інтереси.

Однією із найважливіших подій, що відбулися за час президентства В. Януковича став його перший візит в Берлін в 2010 році. Тоді ця подія була на шпальтах всіх українських ЗМІ. Зокрема «Українська правда» писала, що даний візит є для України хорошим зрушенням на шляху до розбудови дружніх відносин між державами. А українська редакція новин «ВВС» опублікувала статтю, в якій йшлося про ключові теми, що обговорювались під час візиту, а саме розбудова двосторонніх відносин між країнами, можливість скасування візового режиму, підтримка України з боку ФРН у співпраці з ЄС та боротьба зі злочинністю. Однак антиєвропейський напрямок політики Януковича значно погіршив як українсько-німецькі відносини так і ставлення інших країн до України. Відмова підписання «Угоди про асоціацію з ЄС» викликала хвилю незгоди серед українського населення. Все це спричинило масові протести та повалення режиму В. Януковича.

І саме після подій Євромайдану та приходу до влади П. Порошенка, в українських ЗМІ почали дедалі активніше висвітлювати новини, що стосувались розбудови українсько-німецьких відносин, їхні позитивні та негативні аспекти. В інтерв'ю прес-центру «Главком» німецький посол Анка Фельдгузен вказала на те, що на її думку, саме події Євромайдану стали переломним моментом у відносинах між Україною та Німеччиною. За її словами «за часи правління Януковича, в Україні панувала «всеохоплююча стабільність», тому навіть іноземні ЗМІ мало приділяли уваги Україні. Однак за розвитком подій на Майдані стежила вся німецька нація і сама Ангела Меркель». [84]

ФРН неабияк старалася допомогти українському населенню під час «Революції Гідності», про що писало українське інформаційне агентство «Укрінформ» у своїй статті від 11.03.2014. Зокрема йшлося про те, що уряд ФРН

готовий прийняти на лікування 40 українців, що постраждали на Майдані. Зазначається, що Німеччина також відправила своїх лікарів в Україну для лікування потерпілих на місці. Загалом дане інформаційне агентство випустило близько 200 публікацій, що стосуються відносин між державами. Дані публікації стосувалися переговорів у форматі «нормандської четвірки» та їхніх результатів, гуманітарної допомоги з боку ФРН та подальшої співпраці між країнами та інше.

Варто зазначити, що позитивних змін у відображенні українських ЗМІ зазнали саме економічні відносини між ФРН та Україною, так як Німеччина одна із країн, чия інвестиційна допомога є найбільшою. Зокрема українське інтернет-ЗМІ «Європейська правда» в 2016 році опублікувало на своєму офіційному сайті статтю про те, хто насправді допомагає Україні. На першому місці стоїть саме Німеччина, політика якої допомагає нашій державі в 3 напрямках:

- допомога переселенцям з конфліктних регіонів;
- кредит у €500 млн, €300 млн з яких призначено для територій на сході України;
- план дій на €200 млн, для таких напрямків як енергоефективність, розвиток бізнесу та інфраструктури, децентралізація, демократія. [36]

В 2020 році неабияку увагу з боку українських медіа викликало підписання договору про фінансування реформ в Україні в межах «Плану дій Ради Європи». Так, зазначається, що ФРН виділила 1 млн євро на процес реформування різних сфер в країні. В 2019 році країна також виділяла 1 млн євро на підвищення енергоефективності, становлення сталого економічного розвитку країни тощо. Українське видання «Укрінформ» випустило статтю (березень 2021) присвячену подальшим економічним відносинам між країнами за результатами четвертого бізнес-форуму Україна-Німеччина. Зокрема цитуються слова секретаря Федерального міністерства економічних справ та енергетики Німеччини та співголови українсько-німецької «Групи високого рівня з економічного співробітництва» Марка Вандервітца. Він вказує на те, що подальші економічні відносини між країнами будуть активно розвиватись, якщо Україна і надалі буде підтримувати процес реформування. За його словами, «в Україні протягом останніх

років можна спостерігати за значним успіхом у запровадженні реформ. Подальша робота в даному напрямі сприятиме збільшенню німецької присутності в економіці країни». Особливо він відзначив цифровий потенціал нашої держави, висловлюючи думку про те, що в даній галузі Україна стає для німецького бізнесу дуже важливою.

Ще одним важливим питанням, яке викликає неабиякий інтерес з боку українських медіа є питання вступу України до ЄС та ролі ФРН на шляху до реалізації цього вступу. Позиція Берліна щодо вступу України до Європейського Союзу завжди відзначалась відсутністю чіткого регламентування. Держава підтримує Україну в її євроінтеграційних напрямках, проте уряд країни переконаний, що для початку Україні потрібно виконати ряд умов, стабілізувати українську політику та економіку. Багато українських ЗМІ писало про те, що канцлер ФРН Ангела Меркель у своїх офіційних промовах зазначала, що для вирішення даного питання ще не прийшов час.

Більшість вітчизняних мас-медіа відстоюють думку про те, що українській державі потрібно постійно відстежувати ситуацію в ФРН, активно працювати над покращенням українсько-німецьких відносин, залучатись підтримкою впливових політиків, сприяти розвитку інвестиційного руху з боку ФРН та формувати проукраїнське лоббі в ФРН. Створення проукраїнського лоббі в Європарламенті дало змогу продовжити санкції проти Росії та визнати євроінтеграційні наміри України. Саме тому важливим є також наявність серед представників уряду країн, зокрема Німеччини, проукраїнських представників.

В 2015 році депутатською групою з міжпарламентських зв'язків з Федеративною Республікою Німеччина на організаційному засіданні серед основних пріоритетів діяльності було визначено «створення потужного лоббі українських інтересів в Бундестазі». Позитивно оцінили українські ЗМІ формування в Бундестазі в 2018 році німецько-української парламентської групи, до складу якої входять 27 депутатів. В 2020 році Голова Верховної Ради України Дмитро Разумков у ході візиту до Німеччини зустрівся з Головою «Німецько-української парламентської групи» Омідом Нуріпуром. На даній зустрічі було

обговорено шляхи, якими Україна може наблизитись до ЄС, а також створення у Бундестазі парламентської платформи «Група друзів Криму». Важливим зрушенням у відстоюванні Україною своїх намірів вступити до ЄС може стати проукраїнська громадська та парламентська спільноти.

Українська радіостанція «Радіо-свобода» на своїй офіційній інтернет-сторінці опублікували статтю присвячену історії відносин між державами. Зазначається, що найбільшого прориву відносини зазнали саме за час президентства П. Порошенка. У червні 2014 відбувся перший візит Порошенка в Німеччину, а вже в серпні Меркель приїждить до Києва для обговорення ситуації на Донбасі, наступним кроком стали переговори у Мінську та Мілані з питань безпеки. А в 2017 році Ангела Меркель підсумувала результати співпраці між країнами протягом останніх років, зазначаючи, що «дружба між двома країнами значно зміцніла». В 2018 році співпраця між країнами посилилась, зокрема через будівництво магістрального газопроводу «Північний потік-2». І саме тема будівництва цього газопроводу сьогодні є найбільш популярною при розгляді сучасних українсько-німецьких відносин.

Такі українські видавництва як «Суспільне», «Укрінформ», «ВВС-Україна» та інші опублікували безліч статей, що присвячені цій темі. В 2021 році це одне із найактуальніших питань у контексті подальшої співпраці між ФРН та Україною. В інтерв'ю деяким українським ЗМІ В. Зеленський заявив, що «Північний потік- 2» – це велика загроза, яка приховується під маскою економічного проєкту». Проте німецька сторона твердо налаштована, щоб транзит через Україну все ж таки був та почався після 2024 року – зазначає «Суспільне». Негативних оцінок з боку українських ЗМІ викликало підписання угоди між США та ФРН щодо цього газопроводу, зокрема через те, що її було підписано без участі України. В статті редакції «ВВС News Україна» міністр закордонних справ України Д. Кулеба заявив, що для України «Північний потік-2» є перш за все питанням безпеки, саме тому наміри США та ФРН повинні бути сильнішими.

Також після оприлюднення даної угоди («Вашингтонська декларація») 22 липня 2021 між канцлером Німеччини А. Меркель та президентом США Д.

Байденом було визначено ряд завдань що стосуються, зокрема, енергетики України, а саме продовження контракту щодо транзиту з українською державою, розвиток та трансформація її енергосистеми та підключення її до європейської. Як повідомляє «Суспільне», обидва лідери заявили, що в разі російської агресії або зловмисних дій з боку Росії США та ЄС спільно реагуватимуть на них: «Якщо Російська Федерація спробує використовувати енергію як зброю або чинитиме подальші агресивні дії проти України, Німеччина буде вживати заходи на національному рівні й вимагатиме цього на європейському рівні, включно із санкціями, для обмеження експортних можливостей Росії в Європу в енергетичному секторі», – йдеться у заяві. [56]

Окрім напруження щодо даного питання, декілька українських ЗМІ висловили свої думки щодо зміни влади в ФРН та як ці зміни можуть вплинути на подальші відносини між державами. У своїй статті «Кінець епохи Меркель» український цифровий мовник «Громадське телебачення» проаналізував майбутніх кандидатів та зазначив, що прийдешні вибори до бундестагу та їхній результат є для української держави досить важливими, так як ФРН є основним стратегічним партнером України та ЄС. Щодо першого та наймолодшого кандидата від фракції «Зелені» Анналени Бербок, то вказано, що її зовнішня політика спрямована на протистояння загроз з боку Росії, що для нас є позитивним аспектом. Окрім цього «Зелені» виступають проти газопроводу «Північний потік-2», вважаючи, що він суперечить геостратегічним інтересам європейців та спрямований цілком проти України. Анналена Бербок зазначає, що він протидіє європейським санкціям проти Росії.

Щодо іншого кандидата представника консерваторів ХДС - Арміна Лашета, то він, за словами джерела, є послідовником А. Меркель щодо багатьох питань, але й більш проросійським політиком ніж інші кандидати. [47]

Безсумнівно, зі зміною влади в ФРН зазнають зміни і українсько-німецькі відносини. Як зазначалась вище, для України ці відносини є важливою складовою розвитку та питання забезпечення безпеки. Впродовж історії сучасних українсько-німецьких відносин серед українських ЗМК було видано досить велику кількість

публікацій, що з одного боку покращувало імідж ФРН в Україні та сприяло інформуванню населення, а з іншого викликало неоднозначні реакції як з боку громадян так і органів влади. Підсумовуючи, можна говорити про те, що наші мас-медіа завжди висловлювали наміри України щодо дружньої співпраці між державами у не тільки у політичному контексті, але і економічному, культурному, освітньому та науковому. Як підкреслювалося у спільній статті міністрів закордонних справ України і Німеччини Павла Клімкіна та Франка-Вальтера Штайнмаєра, присвяченій 25 річчю українсько-німецьких відносин: «Сьогодні можна говорити про тісне партнерство і дружбу між обома нашими країнами. Україна належить до Європи не лише в географічному контексті. Спільні цінності об'єднують нас і нашою спільною метою є мир в Україні».

Висновки до розділу 2

Реальний стан сучасних українсько-німецьких відносин можна охарактеризувати як з позитивної, так і з негативної сторони. Серед сприятливих тенденцій розвитку співпраці між країнами варто виокремити: економічну складову; соціальну та гуманітарну; політичну. Основною темою, яка значно загострює відносини між обома державами є прокладення газопроводу «Північний потік-2», який українська сторона розглядає як пряму загрозу здійснення тиску збоку Російської Федерації на Україну.

Щодо німецькомовних ЗМК, то сьогодні можна спостерігати за збільшенням інтересу до відносин між Україною та Німеччиною збоку німецького медійного середовища. ФРН одна із небагатьох держав, що підтримує нашу країну, активно відстоює її права на міжнародній арені. Німеччина зацікавлена у співпраці з Україною, та намагається їй всіляко допомогти у мирному вирішенні конфлікту з Росією. Але вона не поспішає «голосно» висловлюватись про євроінтеграційні плани України. Проте на сучасному етапі розвитку німецько-українських відносин спостерігається їхнє загострення, яке активно транслюють німецькомовні ЗМІ.

Щодо українських ЗМІ, то більшість публікацій висвітлюють важливість розбудови тісніших відносин між державами. Для України допомога та підтримка з боку ФРН є пріоритетною, так як Німеччина на сьогодні є досить потужною та розвиненою державою і виступає одним з найважливіших торговельних та інвестиційних партнерів України. Це друга за значимістю країна походження українського імпорту та важливий ринок збуту українського експорту. Окрім цього, серед українських ЗМІ досить часто можна простежити негативні тенденції висвітлення відносин між державами, зокрема через те, що ФРН тісно співпрацює із Росією.

РОЗДІЛ 3

ХАРАКТЕР І МЕХАНІЗМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ЗМК У ПРОЦЕСІ ЗОВНІШНЬОЇ PR-ДІЯЛЬНОСТІ

3.1 Імідж ФРН у відображенні провідних мас-медіа України

ФРН – країна, що складається з 16 федеративних земель та розташована у Центральній Європі. Це одна з небагатьох країн, яка змогла докорінно змінити свій статус у світі після трагічних подій Другої Світової війни, стати не тільки економічно наймогутнішою країною Європи, але й гарантом світової безпеки. З точки зору міжнародних відносин, то Німеччина виступає як лідируюча країна. В період з 1945 по сьогодні, державна політика ФРН була спрямована на те, щоб змінити свій негативний імідж на позитивний. До прикладу, основним завданням зовнішньої політики першого канцлера Західної Німеччини Конрада Адеауера (1949-1963) було «запобігти зовнішній ізоляції країни» та «інтегрувати її в європейську спільноту».

Міжнародний імідж об'єднаної Німеччини формувалася за рахунок різних складових, таких як економіка, культура, політика, освіта та інші. І сьогодні можна констатувати, що Федеративна Республіка Німеччини – провідна країна Європейського Союзу, яка впливає на економіку інших країн, постійно розвивається та відіграє важливу роль у прийнятті рішень на міжнародній арені. Потенціал іміджу будь-якої країни у світі прийнято визначати за світовими стандартами. Сформовані ці стандарти, як правило, світовою спільнотою та є задекларованими у нормах міжнародного права. На їх основі проводяться щорічні дослідження та публікуються рейтинги. Основною метою даних рейтингів є оцінка розвитку держави на різних рівнях. До таких індексів відносять:

- «The Global Competitiveness Index» (Індекс глобальної конкурентоспроможності);
- «Corruption Perceptions Index» (CPI) (Індекс сприйняття корупції);
- «Index of economic freedom» (Індекс економічної свободи);

- «E-Government Readiness Index» (Індекс готовності до електронного урядування);
- «EGDI» (Індекс розвитку електронного врядування) та інші.

Одним із найважливіших на світовій арені є Індекс хороших країн («Good country Index»), розроблений британським експертом С. Анхольтом. У його теорії національного брендингу на привабливість країни впливають шість ключових факторів, таких як: 1) туризм; 2) культура та спадщина; 3) люди; 4) експорт країни (товари та послуги); 5) зовнішня та внутрішня політика; 6) інвестиції та міграції.

Німеччина у даному рейтингу вже протягом 3 років (2018 – 2020) входить у 5 лідерів. У 2018 та 2019 роках вона посідала 5 місце. За результатами рейтингу в 2020 році Німеччина посіла третє місце, після Швеції та Данії. [92] А за даними опитування громадян, проведеного компанією «Globe Scan» для видання «BBC», найкраще у світі ставляться саме до Німеччини та 59% визнають її позитивний вплив. [76] Крім цього, ФРН входить сьогодні до «Великої сімки» - міжнародного об'єднання найрозвинутіших країн, що свідчить про її високий економічний потенціал, неабияку роль у світовому виробництві та ринку. Економічну могутність на світовому ринку підтримують такі галузі німецької промисловості, як автомобільне та транспортне машинобудування, технічна та електронна промисловість, оптика, фармацевтика, парфумерія та косметика, чорна металургія та інші. Для всіх цих галузей притаманні висока якість та широкий вибір, відповідність міжнародним критеріям торгівлі, пунктуальність та індивідуальний підхід. Німецький торговий знак «Made in Germany» в 2017 році у рейтингу національних брендів «Made In Country Index» зайняв перше місце. [13]

На основі даних рейтингів та опитувань можна констатувати, що Німеччина на світовому рівні має позитивний імідж. Високо оцінюють її політику, рівень життя населення, економіку, культуру, освіту та науку тощо. А для багатьох країн молоді демократії досвід післявоєнної трансформації постає важливим притягальним прикладом. Окрім загальної привабливої оцінки у світі, кожна із країн по-різному розглядає імідж ФРН. До прикладу, у Китаї вважають, що німецька держава – чудова країна, що дала світові безліч талановитих філософів,

музикантів та науковців. Такого висновку дійшов журналіст китайської версії найбільшої телерадіокомпанії ФРН «Deutsche Welle» Е.Чу. [24] Для США Німеччина виступає одним із основних міжнародних партнерів. А в очах американців це країна із високим рівнем життя, якісними автомобілями та продуктами харчування. 59% американського населення говорять про те, що ФРН справляє гарне враження.

Варто зазначити, що для позитивного сприйняття серед зарубіжного населення досить важливою є зовнішня PR-діяльність. У процес презентації іміджу ФРН включені багато складових та чинників. Найпопулярнішим засобом репрезентації в Німеччині вважають засоби масової комунікації, особливо пресу та телебачення. Адже це одні із найпопулярніших та найякісніших джерел інформування на міжнародній арені. Німецькими фахівцями з PR було розроблено декілька проєктів, які якнайкраще характеризують Німеччину. Всі ці програми були створені для трансляції через ЗМК. Одним із перших була піар-кампанія, що мала гасло «Німеччина – це ти». Метою якої було підвищення громадської активності. Ще однією програмою була «Німеччина – країна мрій», в якій основною ідеєю було провокування позитивних асоціацій пов'язаних із ФРН.

Також активно використовується персональний бренд канцлера ФРН. Досить часто країну ототожнюють з її лідером, тому для позитивного іміджу держави відіграє важливу роль і імідж її головнокомандувача. Окрім цього, створюють бренд Німеччини і торгові марки, особливо в автомобільній галузі. Покращила та посилила міжнародний імідж країни її політика щодо біженців. Німецький політик та державний діяч Зігмар Габріель писав: «ФРН, в силу нових політичних напрямів щодо міграційної проблеми, показала себе країною, якою можна пишатись». В результаті, більшість політиків стверджували, що Берлін тепер має окрім економічного ще й моральний авторитет. [40]

Серед позитивних детермінантів впливу на міжнародний імідж країни можна визначити такі як:

- економічна могутність держави;
- допомога менш розвинутим країнам;

- висока якість продукції та виробництва;
- високий рівень життя населення;
- участь у різноманітних міжнародних організаціях.

Однак існують також негативні характеристики, які уряд ФРН намагається вирішити. Сюди можна віднести історичне минуле країни, зокрема відповідальність за Другу світову війну; проблему створення нових потужних торгових брендів, з якими асоціювали б країну; малу кількість сучасних та відомих на весь світ спортсменів, митців, культурних діячів тощо.

Імідж Німеччини як всередині так і за межами країни формують чимало відомств та організацій. До прикладу, основну роль у процесі репрезентації країни відіграє центр, що об'єднує населення, ЗМІ та федеральний уряд між собою – «Відомство преси та інформації федерального уряду». Дане відомство відповідає за інформування населення про закони, стратегії, рішення, що приймаються урядом, а також донесення інформації про події, що стосуються Німеччини до уряду та канцлера. Ще однією функцією відомства було інформування іноземного населення, проте на сучасному етапі за це відповідає Міністерство закордонних справ (Auswärtiges Amt). [91]

Формують імідж Німеччини за кордоном наступні організації:

- Інститут ім. Гете - відповідає за популяризацію німецької мови та сприяє міжнародному культурному співробітництву;
- Теле-радіостанція «DW» - інформує іноземне населення про найактуальніші події, що відбуваються в Німеччині та світі;
- Інститут зарубіжних зв'язків (IZZ) - популяризує німецьке мистецтво і науку серед зарубіжної аудиторії;
- Німецька служба академічних обмінів («Deutscher Akademischer Austauschdienst – DAAD») – сприяє розвитку співробітництва у галузі освіти, міжвузівським обмінам для студентів;
- Різного роду фонди – громадські, приватні, партійні (Фонд Конрада Аденауера), наукові, академічні та культурні.

Щодо України, то на державному рівні формують думку громадськості про Німеччину - Посольство Німеччини в Україні, українська версія німецького мовника «Deutsche Welle» («Німецька Хвиля») та Фонд Конрада Аденауера. В основному Посольство Німеччини в Україні інформує українські ЗМК про політику ФРН, систему її державного управління, культуру, освіту тощо. Реалізується це завдання шляхом проведення прес-релізів, інтерв'ю з представниками влади та відкритого доступу до інформації на офіційному сайті посольства. [59] Крім цього, в Посольстві видаються та публікуються німецькомовні видання «Факти про Німеччину» та журнал «Німеччина». [10, с.176]

На найбільший німецький мовник «DW» покладено завдання висвітлювати всі актуальні події, що відбуваються в Німеччині. Сюди входять як статті, так відео та аудіо-матеріали. Ще одним із завдань можна назвати підтримку міжкультурного діалогу, презентацію позитивного образу ФРН закордоном та інші. В матеріалах медіа-компанії вказується їхня основна місія: «Завдяки висвітленню достовірної інформації ми підтримуємо авторитет Німеччини в усьому світі» [94] Варто зазначити, що з Україною даний мовник почав співпрацювати з 2008 року і першим каналом на якому його почали транслювати був «Промінь».

Фонд Конрада Аденауера в Україні виконує функцію налагодження співпраці між країнами та займається розвитком українських демократичних ЗМІ. Завдяки проведенню семінарів та конференцій з питань медіа, українські засоби масової комунікації отримують цінний міжнародний досвід, що сприяє подальшому розвитку плюралістичних мас-медіа в Україні. Важливою складовою діяльності Фонду є надання стипендій для навчання в Німеччині для талановитих студентів, які беруть активну участь у соціально-політичному житті країни. [77]

Зрозуміло, що основним джерелом формування уявлень про ФРН в нашій країні є національні засоби мас-медіа. Серед українських ЗМІ, які значно впливають як на власну громадськість так і міжнародну, можна виділити: нові незалежні медіа – «Громадське телебачення», «Суспільне», «Stopfake»; канали – «UATV», «112 International»; інформаційні агентства - «Інтерфакс-Україна», «Укрінформ»; англomовне друковане видання – «Kyivpost». Звичайно, існує ще

ціла низка інших, проте для аналізу іміджу Німеччини в нашій країні, за основу взято саме публікації та видання даних мас-медіа.

Першим чинником, що формує імідж країни є її туристична привабливість. Саме туризм держави сприяє економічному розвитку, шляхом збільшення доходу за рахунок податків (плата за візу, митний збір). Окрім цього, туризм надає можливість збільшити інвестиції та валютні надходження в країну. Ще однією перевагою є створення нових робочих місць та розвиток галузей туристичного виробництва.

В Україні туристичні можливості Німеччини оцінюються на високому рівні. «Федеративна Республіка Німеччина – є найбільш відвідуваною країною в Європі і вважається одним із найбезпечніших туристичних напрямків у світі» - йдеться у статті інформаційного агентства «Укрінформ» (автор Ольга Танасійчук). Зазначається, що Німеччина завжди була для українців привабливим туристичним об'єктом. Адже там є ціла низка цікавих місць та культурних пам'яток (75% туристів їдуть туди саме через культурні вподобання). Перш за все, це столиця країни – місто Берлін і його 800-річна історія, Баварія з замком Нойвайнштайн, місто Потсдам і його парки та місто Дрезден, яке славиться музеями. [67]

Ще однією привабливою особливістю ФРН є розвинений там медичний туризм, його розвинена інфраструктура традиційних оздоровчих курортів. Як зазначає національна суспільна телерадіокомпанія України «Суспільне», країною-лідером для виїзного медичного туризму для українців є Німеччина. [80] В дослідженні, проведеному українською ІТ-компанією «Ліга: Закон» в 2019 році Німеччина була найбільш популярним курортом для українців. [46]

За даними українського політичного інтернет-ЗМІ «Економічна правда», привабливість Німеччини серед туристів має 5,4 бали, що свідчить про її неабиякий туристичний потенціал. [72] Із початком пандемії Covid-19 ситуація значно змінилась, так як Німеччина закрила свої кордони для туристів. Загалом, «відвідування інших країн під час ковіду постраждало найбільше, в усьому світі воно призупинилося на майже 90%» - зазначає «Суспільне» [80] Це має неабиякий вплив на економіку країни та її розвиток.

Політика ФРН щодо Пандемії стала прикладом для інших країн та значно посилила її міжнародний імідж. Варто зазначити, що Німеччина одна із перших європейських країн розпочала політику масової загальної перевірки – близько 500 тисяч перевірок щотижня. Загалом, високий рівень розвитку системи охорони здоров'я, а також сильна матеріальна та фінансова складові дозволили Німеччині за короткий час підготувати свою систему та суспільство до протидії коронавірусу. Окрім цього, держава планує видати 100 мільйонів доз вакцини іншим країнам, вважаючи, що «Covid-19 закінчиться зможе лише одночасно по цілому світі, а для цього потрібно, щоб населення вакцинувалось» - пише про це «Суспільне». [54]

Інше джерело «Укрінформ» повідомляє про те, що в Німеччині провели загальнодержавний «тиждень вакцинації» (Hier Wird Geimpft). У рамках даної програми, кожний громадян ФРН мав змогу отримати безкоштовну вакцину у магазинах, трамваях, мечетях, тощо. Також канцлер Німеччини Ангела Меркель звернулася до свого народу із проханням вакцинуватись, що зменшити кількість захворювання та вберегти себе: «Я прошу вас: бережіть себе та інших. Зробіть щеплення» - повідомляє кореспондент «Укрінформу». [51] Музей історії Німеччини вирішив виставити ампулу з першої партії вакцини Pfizer/BioNTech на показ. Президент музею Ганс Гюттер, зазначив, що ця «ампула символізує «світло в кінці тунелю» та «медичний прогрес», а також він зазначив, що «музей в Бонні зібрав вже понад 400 експонатів, пов'язаних з пандемією коронавірусу». [41]

Окрім ефективної політики щодо протидії коронавірусу, позитивно оцінюють українські ЗМІ і зовнішню політику ФРН. Зокрема йдеться про те, що зовнішня та європейська політика країни спирається на мирні, ненасильницькі засоби реалізації політичних цілей та завдань, що базуються на взаємовигідних умовах. А засади міжнародної політики базуються на сучасних глобалізаційних підходах. Дані засади включають в себе:

- співпрацю з країнами ЄС;
- співпрацю із іншими великими та відносно новими державами;
- співпрацю із міжнародними організаціями, особливо НАТО;
- розширення демократичних принципів у світі;

- зміцнення безпеки у світі та інші.

Концептуальною ідеєю зовнішньої діяльності ФРН є акцентування уваги на спільних інтересах та цінностях не тільки європейського, але і міжнародного співтовариства.

Формує імідж Німеччини в нашій країні також стиль викладу культури та населення. Для ФРН культурне питання є досить важливим, адже це найбільша спадщина держави. Після завершення Другої світової війни в країні почалось інтенсивне відновлення культурних пам'яток. Урядом держави було виділено досить багато коштів на це. І на сучасному етапі Німеччину не дарма називають країною культури. Українське суспільно-політичне інтернет-ЗМІ «Українська правда» опублікувало статтю, в якій йдеться про те, що «сучасна німецька культура – інтерактивні музеї та візуальні виставки». Таким чином, країна прагне показати, що таке «німецьке» і для своєї нації, і для світового населення. Особливо важливою складовою культурної політики ФРН є те, що там карається «піратство». При чому штрафи починаються від 150 євро та сягають 1000 євро за незаконне скачування будь-якого нелегального контенту.

Щодо самого німецького населення то в цілому світі переважають давно сформовані уявлення про те, що воно працювите, пунктуальне, педантичне та доброзичливе. Українська версія «ВВС» опублікувала статтю на цю тему, де дійсно йдеться про те, що німці поважають порядок, стежать за дотриманням правил та завжди стараються бути пунктуальними.

Одним із найулюбленіших видів відпочинку у німців залишаються подорожі. В середньому кожен німець тричі на рік, або і більше, подорожує. Крім цього, німецьке населення є еко-свідомим, звичайно це напряму пов'язано із політикою уряду, адже за недотримання правил потрібно виплачувати штраф. Але й самі німці підтримують дану політику, вважаючи, що потрібно піклуватися про природу.

У зв'язку з проблемою забруднення, німецький уряд вирішив також зменшити кількість виробництва газових автомобілів, та почати будівництво електрокарів від автомобільного заводу Tesla. Про це пише Павло Калашник - кореспондент «Суспільного». У публікації йдеться про те, що дане будівництво є

методом посилення захисту клімату та однією з найважливіших промислових програм Німеччини. Міністер економіки ФРН П. Альтмаєр зазначив: «Реалізація цього проєкту дасть змогу нашій державі показати, що екологія та економіка не є протилежними і що у ФРН можливо швидко створювати такі проєкти, як і в інших країнах».

Ключовою складовою іміджу будь-якої держави, як зазначалось вище, є імідж її лідера. Наші національні ЗМІ неодноразово писали про канцлера Німеччини, і зі становленням українсько-німецьких відносин можна побачити, як її імідж змінюється відповідно до її політичних рішень. «Досі німецьке населення вважає А. Меркель найбільш прийнятним лідером»- вказує у своєму відео-сюжеті «Радіо Свобода». Починаючи з фінансової та банківської кризи в 2008 – 2009 роках, пані Меркель змогла показати себе як достойний політик. Про політичний імідж лідера Німеччини писало українське інтернет-видання «Європейська правда». Як зазначається у виданні, політичний стиль канцлера Ангели Меркель відомий у цілому світі. Її політичний підхід базується на дискусіях та компромісах. І саме з таким підходом Німеччина сьогодні відіграє ключову роль у врегулюванні криз, тим самим ще більше зміцнюючи власну роль в ЄС. Іншими словами, основною якістю Ангели Меркель є її навички кризового менеджменту. [64]

Аналізуючи публікації декількох українських ЗМІ, а саме національної телерадіокомпанії «Суспільне», українського суспільно-політичного інтернет-ЗМІ «Українська правда» та інших, можна констатувати, що Німеччина в Україні має позитивний імідж. Німеччина – країна, яка завдяки внутрішнім реформам та інноваціям зробила свою економіку однією із найрозвинутіших. Серед українського населення переважає імідж Німеччини, як провідної політичної сили в Європі, технологічного лідера в багатьох галузях. Німецьке населення вважають працездатними, дисциплінованими, добре організованими та продуктивними. Уряд ФРН активно виступає за попередження і врегулювання політичних, економічних, екологічних криз і гуманітарних катастроф. Особливо під час пандемії Covid-19 більшість публікацій присвячені в основному політиці Німеччини щодо врегулювання цієї проблеми.

Однак досить часто можна побачити негативну оцінку проросійським напрямкам зовнішньої політики ФРН. Йдеться про те, що на сході головним економічним партнером для країни виступає Росія. Українсько-німецькі взаємини не можуть перешкодити російсько-німецькій економічній співпраці. Саме тому перед Україною стоїть завдання налагодження сталих та довготривалих відносин з Німеччиною, для того щоб при економічних розмовах ФРН з Росією бралися до уваги також інтереси України.

3.2 Образ України у німецьких засобах масової комунікації

Міжнародний імідж України формувався протягом 30 років. За весь це час наша держава мала негативний «образ» у сприйнятті світовою громадськістю. Державні програми створення хорошої репутації та програми формування позитивного міжнародного іміджу України були малоефективними. Найбільша телерадіокомпанія світу «ВВС» випустила декілька публікацій що стосувались України. При аналізі цих публікацій, можна визначити як саме Україну тоді сприймали у світі. Україна крізь призму «ВВС» це - незалежна країна, точкою відліку якої є розпад Радянського Союзу, політика якої змінюється з приходом нового президента до влади: то вектором розвитку є Росія, то інтеграція із Західною Європою. [14]

Найпопулярнішими асоціаціями з Україною серед світової спільноти можна вважати «війну», «корупцію», Чорнобильську катастрофу», «порушення прав громадян», «низький рівень життя», «слабку економіку», «російсько-український конфлікт», «анексію Криму». За даними різних досліджень до 2013 року Україну сприймали як молоду демократичну країну у перехідному етапі. Йдеться також про те, що це країна «Помаранчевої революції» та відомих спортсменів. Однак це маловідома країна, що не має жодного впливу, є політично нестабільною та корумпованою. Заходи «Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки» та «Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року» не змогли поліпшити ситуацію. [63]

По-іншому Україну почали сприймати в світі після 2014, а «Революцію Гідності» можна вважати початком формування нового міжнародного іміджу держави. За словами засновника громадської організації «Reality Bites Initiative» у Відні Грегора Розумовського: «При аналізі австрійських, німецьких, французьких ЗМІ, можна здивуватись, що імідж України та українців у цих ЗМІ є позитивним, особливо щодо українського населення». Цікавим є те, що Україну як незалежну

країну та націю визнали в цих медіа з 2014 року. Це відбулося внаслідок конфлікту та воєнних дій на сході України». [33]

За даними дослідження «Як Україну сприймають в країнах ЄС» від центру «Нова Європа» сьогодні Україна в світі значно менше асоціюється з війною. У порівнянні з 2015 роком, де 49% опитаних асоціювали державу з війною, у 2020 році кількість знизилась до 12%. Цікавим є також спостереження, що наразі 23.6% опитаних респондентів не мають жодних асоціацій із Україною. Це можна розглядати як позитивний момент, адже можна поширювати позитивну інформацію про Україну та сприяти виникненню нових асоціацій. В 2020 році серед населення простежується чітка тенденція розмежування України та Росії, та її сприйняття як незалежної держави. Так, за даними Центру лише 9,1% респондентів асоціюють Україну з Росією. Варто зазначити, що у 2015 році цей показник сягав 18%. [81]

До 30-річчя Незалежності України інформаційним агентством «Укрінформ» було проведено опитування серед представників дипломатичних служб країн Азербайджану, ЄС, Китаю, Литви, Німеччини, США, Туреччини, Франції та Японії. Одне із найосновніших питань було «чим саме Україна сьогодні цікава світові?». Кожен із іноземних дипломатів висловив глибоку повагу до нашої історії та культури, позитивно оцінивши наше прагнення свободи та розвитку. Зокрема Голова Представництва ЄС в Україні Матті Маасікас зазначив, що «Україна - унікальна країна, що має великий потенціал та активне громадянське суспільство. Це країна із багатою культурою та історією. Обравши європейський та євроатлантичний шлях розвитку, який ми спостерігаємо із часів «Революції Гідності», Україна виступає пріоритетним партнером для ЄС». [70]

Посол КНР в Україні Фань Сяньжун у інтерв'ю звернув увагу на наші ресурси та багатства: «Українська держава має хороше географічне розташування, вона багата на природні ресурси. Все це складає міцну основу та чудові умови для розвитку економіки. Беручи до уваги її площу та населення, то дану країну можна вважати гідною європейською державою». Посол Японії Кураї Такаші висловився, що «Україні потрібно уникати кроків, які могли б підірвати згуртованість держави.

Адже, на його думку, джерелом потенціалу країни є наш об'єднаний український народ. [81]

Відносно покращення міжнародного іміджу України у світі можна також спостерігати за даними міжнародних рейтингів. Зокрема за рейтингом «Nations in Transit», який досліджує рівень реформ, у пострадянських країнах, наша держава у 2020 році отримала 3,39 %, що характеризує її як країну «перехідних режимів». У рейтингу глобальних інновацій, наша держава піднялася з 71 місця (2013 р.) до 47 місця (2019 р.). [19]

Варто зазначити, що у сфері інновацій, збільшилась тенденція використання мережі Інтернет серед українського населення: 2014 році – 53%, в 2019 – 71%. (за даними дослідницького центру «Factum Group Ukraine»). Окрім цього, за даними міжнародного індексу «Fragile States Index» (Рейтинг нестабільних держав) Україна в 2020 році посідає 92 місце, позаяк в 2013 році вона була на щаблі 117. Позитивних зрушень зазнала наша держава і в індексі демократії (у 2018 році вона займала 83 сходинку, в 2019 році – 78) та рейтингу свободи преси (101 місце). [19, с.138-144] Україна входить до групи країн-новаторів і посідає перше місце в світі за кількістю патентів.

Експерти рейтингових агенцій причинами такого покращення позицій України в світі називають «прихід до влади В. Зеленського, який є налаштованим на реформування країни, а урядові посади займають люди, що виступають за інтеграцію України до ЄС та НАТО». Також експерти наголошують на тому, що основною внутрішньополітичною проблемою України, що впливає на її міжнародний імідж, є судова система. Показники даних рейтингів створюють основу для формувань уявлень про нашу державу в міжнародному інформаційному просторі. [19, с.145]

Проте що стосується економічних рейтингів та показників, то потрібно відзначити економічну «відсталість» України від інших держав. Так, за рейтингом економічної могутності держави «The Index of Economic Freedom», Україна має середній бал 46 і це свідчить про те, що вона входить до групи країн «невільної економіки». В дослідженні вказується також, що в Україні переважають слабо

розвинені інститути та нестійка фінансова система. Однак можна спостерігати за створенням сприятливих умов для побудови та розширення малого та середнього бізнесу. [14, с.2-3]

Ще одним міжнародним рейтингом який неабияк впливає на імідж нашої держави є індекс «The Travel and Tourism Competitiveness Index», за яким визначаються туристичні можливості країни. В даному рейтингу, у зв'язку із воєнними діями на Сході нашої держави, Україна вважається однією із найнебезпечніших країн для туристів поряд з Єгиптом, Колумбією, Пакистаном. У туристичному сервісі Україна посідає 71 місце, у сфері екології - 98 місце, 79 та 81 місце – у галузі авіа-інфраструктури. За культурним надбанням та історичними пам'ятками ми посідаємо 51 місце. [14, с.4]

На покращення міжнародного іміджу України все більше починають впливати недержавні суб'єкти, українські неурядові організації та закордонні структури. Неурядова установа «Ukraine Cognita» (Вільна Україна) випустила численні рекламні відео-ролики та фільми про Україну на різних мовах. Ще однією організацією, яка доклала чимало зусиль у репрезентації нашої держави є міжнародний благодійний Фонд «Open Ukraine» (Відкрий Україну». Своєю метою Фонд визначає «зміцнення публічної дипломатії та розвитку авторитету України в світі». Дана фундація організовує міжнародні проукраїнські заходи та програми.

На державному рівні важливу роль у формуванні позитивної репутації нашої країни відіграє Міністерство інформаційної політики, яке було створено в 2014 році. Дане Міністерство сприяло популяризації у світі української мови та культури, мистецтва та кінематографу. Загалом, 2018 рік став для України визначальним в плані розбудови нашого нового бренду та його поширення серед міжнародної спільноти. Завдяки Міністерству безліч країн могли ознайомитись із потенціалом нашої держави. Було поширено відеоролики «Україна – це Європа» на міжнародному телеканалі «Euronews» у рамках програми «Бренд та популяризація 2018». Також, в 2018 році МІП затвердило сучасний бренд України «Ukraine Now». Розробниками бренду стала креативна компанія «Vanda Agency». Варто зазначити, що даний бренд визнали одним із кращих маркетингових кейсів.

Ще одним позитивним фактором можна визначити збільшення бюджету МЗС України на фінансування просування України закордоном. В 2017-2018 роках сума збільшилась до 77 млн гривень, а в 2019 році Законом «Про державний бюджет» було виділено 147 млн грн, з яких 90 млн направлялись на розвиток Українського інституту, який був створений в 2017 році, як основний інструмент інформування населення про Україну. [61]

Тобто, можна говорити про те, що уряд нашої країни активно займається просуванням іміджу країни як на державному рівні, так і через різні засоби мас-медіа. Неабияку роль у формуванні «образу» держави у тій чи іншій країні відіграють саме національні ЗМК даної країни. Закордонні ЗМІ, особливо провідних країн, є потужним механізмом продукування інформації, вплив якої може мати як позитивний так і негативний відтінок. Таким чином, при оцінці міжнародного іміджу країни особливу увагу потрібно звертати на кількість, якість та зміст публікацій міжнародних ЗМК про цю країну.

Інтерес до України в Німеччині з кожним роком зростає. Сьогодні в пресі, радіо й телебаченні можна побачити велику кількість публікацій що стосуються України. У 1991 році українська держава стала новою на карті німецьких ЗМІ. Незадовго до референдуму про незалежність «Der Spiegel» характеризує Україну як «прикордонний край, яким протягом століть керували царі та секретарі ЦК у далекій Москві, [Україна] прагне до незалежності». [27, с.98] У публікації «Die Zeit» (1994 р.) зазначається, що: «В Україні немає німецького телевізійного журналіста і лише один прес-кореспондент. Культурна країна, яка століттями була вікном Росії в Європу, здається, сьогодні абсолютно нецікавою. Що таке «Україна»? Так, спочатку це означає лежати «на краю»: на краю Росії, на краю Європи, на межі цивілізації». [27, с.100]

Українська держава вважається крихкою, що характеризується економічною нестабільністю, внутрішніми конфліктами між комуністичними та націоналістичними екстремістами, відсутністю загальної національної ідентичності. Окрім політики, постійна тема - Чорнобиль. В результаті формується суспільство, яке має мало спільного із Заходом – сформоване через неправильне

управління та ядерну катастрофу. У виданні «FAZ» підкреслюється: «українська історія не надто багата на моменти, які підходять для встановлення національної ідентичності. Потужні сусіди ділили Україну довше, ніж Польщу». [27]

Під час президентства Л. Кучми імідж нашої країни у ФРН не покращився. Знову у німецьких медіа трапляється трактування країни, як виснаженої та «в крайній бідності». Неабиякого впливу на формування на той час уявлення серед німецького населення про Україну стало вбивство журналіста Гонгадзе. Німецькі ЗМІ писали, що в країні панує «авторитарне насильство» та відсутня свобода слова. Тепер правління шляхом насильства і придушення, а також вплив на засоби масової інформації вперше отримують явну критику. У публікації німецької газети «Der Spiegel» (2001) зазначається: «Терор проти політичних опонентів або непокірних суддів у президентському палаці схвалений. Правитель Києва також дуже добре поінформований про корупцію в економіці та політиці». [27, с.114]

«Die Zeit» прокоментувало вибори в країні в 2002 році: «Вбивство Гонгадзе досі не вирішено, але на парламентських виборах у неділю уряд у Києві намагається надати країні принаймні вигляду функціонуючої демократії... Тим часом Україна знову перетворюється на гнітючу державу, яка має феодальні риси: на вершині - президент Леонід Кучма, оточений роєм впливових фінансових олігархів. Їхні васали на просторах країни забезпечують надійний дохід». [27, с.116] Тобто, для Німеччини Україна з часів проголошення незалежності та до подій «Помаранчевої революції» мала імідж країни, що колись була частиною Росії, в якій переважає безробіття та олігархія. Економіка якої, незважаючи на багаті природні ресурси, є слаборозвинутою.

З «Помаранчевою революцією» Україна вперше стає в центрі німецького медійного середовища. Відбувається справжнє відкриття країни німецьким ЗМІ. Президентські вибори в Україні в 2004 році були майже на всіх шпальтах газет ФРН. Так, «Der Spiegel» характеризував В. Януковича як «чоловіка Москви». Інша газета «Die Zeit» назвала його «улюбленцем Путіна». Таке зображення Януковича сильно контрастувало з Ющенком, який хотів привести Україну на захід і сформувати нові реформи. За революційними подіями в країні стежив як уряд ФРН,

так і мас-медіа. «Die Zeit» писало: «Розмах народного повстання, громадянський дух та самопожертва української опозиції вражають». Дана газета через півроку після революції опублікувала статтю, де йдеться про те, що: ««Помаранчева революція» символізує народження нової пострадянської особи». [27, с.129]

Таким чином, про «Помаранчеву революцію» в німецьких медіа можна читати як про вираз історичного універсального визволення. Вона мала не лише характер демократичного прориву, але й проголошення незалежності новою нацією громадянського суспільства. «FAZ» писало: «Наразі мова йде про побудову громадянського суспільства, а отже, про західну інтеграцію». [27, с.131] «Der Spiegel» охарактеризувало революцію як «великі кроки на шляху розбудови нації та демократичної зрілості». Однак, надалі ствердження про поділ України відбувається одночасно у висвітленні німецьких медіа. «Die Zeit» після обрання Ющенка: «Його тріумф приховує підводні камені перемоги: Україна залишається розділеною, політична еліта недовірливо ставиться до змін». І впродовж президентства В. Ющенка у німецьких ЗМІ все частіше можна було побачити розчарування президентом, який не зміг реформувати країну і привів її до нової кризи. І після обрання президентом В. Януковича, німецькі медіа продовжили писати про Україну в негативному відтінку. Через кілька місяців після президентських виборів «FAZ» знову розглядає Україну як «самодержавство». «Der Spiegel» говорить про «захоплюючу швидкість» з якою Янукович рухається, демонтуючи демократичні інститути. [27]

На сучасному етапі розвитку українсько-німецьких відносин, можна спостерігати за відносною трансформацією іміджу України в ФРН. Після подій на Євромайдані німецькі ЗМІ одні із перших почали висвітлювати інформацію про Україну. Формувався імідж нашої держави в німецькому інформаційному просторі, на той час, під кутом окупації з боку Російської Федерації Донецької та Луганської областей та анексії Криму. В німецьких медіа активно засуджувалася російська політика, адже вона порушувала міжнародне право. Тобто, в 2014 році Україна в німецьких мас-медіа мала образ країни, що страждає від російської агресії. «Die Zeit» писало: «Україна виставляється як нація жертв, яку придушували століттями

і лише прокинулися від глибокої темряви після розпаду Радянського Союзу». Важливу роль у збільшенні зацікавленості в Україні серед національних ЗМК відіграла активна участь ФРН у мирному врегулюванні конфлікту. Варто зазначити, що наразі якість статей і репортажів німецьких ЗМІ є вищою ніж це було в 2014-2015 роках. Адже, німецьке медіа-середовище відкидає неперевірені повідомлення та пропаганду. Проте в німецьких ЗМІ образ України є занадто сповненим кризовими явищами.

Сьогодні Україна виступає для Німеччини важливим стратегічним партнером і це значно впливає на формування сучасного іміджу нашої країни. Посол ФРН в Україні Анка Фельдгузен у інтерв'ю українському інформаційному центру «Укрінформ» зазначила: «Україну можна вважати неймовірно цікавою країною в центрі Європи. Ми маємо можливість спостерігати за тим як за останні 30 років в країні відбулося багато змін у політиці. «Революція гідності» змінила країну». [70] Також, посол відзначила туристичний потенціал нашої держави: «Україна – країна подорожей. Тут переважають широкі ландшафти, велика кількість полів та озер, а столиця країни – барвистий та сяючий мегаполіс із креативним клубним і модним життям». [70]

Однак за результатами дослідження центру «Нова Європа», в Німеччині Україна асоціюється найчастіше з «війною» (17,9%), «анексією Криму» (15,7%), «Росією» (13,9%), «нестабільністю, безладом» (11,2%). З корупцією та безробіттям пов'язують 7,8% населення ФРН. Варто зазначити, що можливою причиною асоціювання України з війною, може бути активна участь Німеччина у переговорах щодо Донбасу. Таким чином, українську державу досить часто обговорюють у Берліні. [81, с. 19] Нейтральними асоціаціями в даному дослідженні визначено «Київ» (8,7%) та «Східна Європа» (6,6%). Серед позитивних згадок про Україну в опитуванні назвали «культуру», «історію», «красу України». Серед постатей з якими державу пов'язують 5,7% набрали брати Кличко. [81]

Прагнення України вступити до ЄС для німецького населення є позитивною характеристикою. Але, 58,7% респондентів зазначають, що найбільшою перешкодою у нашому прагненні є корупція. Наступними проблемами названо

економічну (35,9%) та відновлення територіальної цілісності (11,7%). Щодо підтримки вступу України до ЄС, то у Німеччині чимало респондентів (майже половина опитаних, 47%) висловили своє «за». Лише 31,3% підтримують вступ до НАТО. [81] Автори дослідження вказують на те, що переважно молодь підтримує прагнення України, аніж старше покоління. За даними центру «Нова Європа», підтримують Україну у віці 18-25 років – 60,7%, у віці 56-65 – 37%. [81, с.23] У опитуванні, щодо допомоги нашій державі у вирішенні конфлікту на Донбасі, чверть німців (23.4%) обрали продовження санкцій як першочерговий пріоритет. На другому місці - надання фінансової підтримки (22.1%). Варто зазначити, що не підтримувати Україну взагалі вибрало 13.1% опитуваних. [81, с.21]

Німецький щотижневий журнал «Der Spiegel», що публікується в Гамбурзі, починаючи від 2021 року опублікував на своєму офіційному сайті більше ніж 10 публікацій, що стосуються саме конфлікту між Україною та Росією. Дані публікації повідомляють, про агресію Росії проти України, перебіг подій та намагання українського уряду урегулювати конфлікт. У статті «Ukraine startet Militärmanöver mit Nato-Staaten» (Україна розпочинає військові маневри з країнами НАТО) від 20.09.21 редакція газети вказує на те, що «Україна перебуває під величезною загрозою з боку Росії. Росія анексувала український півострів Крим, а також надає військову підтримку повстанцям на сході України. В останні роки уздовж російсько-українського кордону було декілька ситуацій, що викликають делікатність у військовому плані». [98]

Найбільша німецька державна радіостанція та телеканал «Deutsche Welle» висвітлює найважливіші події в Німеччині, Україні, Європі та в світі. Від січня 2021 по вересень редакція опублікувала близько 350 статей, що стосуються нашої держави. Найактуальнішими темами можна визначити «агресію Росії проти України», «Північний потік-2», «Covid-19», «Euro-2020». Одна із публікацій містить відеоматеріал «Ukraine: Das Dorf an der Front» присвячений ситуації на Донбасі, зокрема в селищі міського типу Нью-Йорк, колишня назва якого – Новгородське (Донецька область). У відео можна побачити руїни, що залишилися від прилеглих міст, солдатів та їхню зброю, місцеве населення, яке намагається

жити при війні. Участь в інтерв'ю німецькій студії взяла місцева жителька Тетяна Краско. Вона розповідає про те як змінилося селище після початку військових дій та які настрої переважають серед міського населення. [96]

Найбільша щоденна газета Німеччини «Süddeutsche Zeitung», у своїй статті «Haus ohne Fundament», пише, що Україна майже нічого не зробила для того щоб отримати членство в ЄС: «олігархи, вищі державні службовці, корумповані прокурори та судді все ще поділяють державу між собою, мільярди зникають за кордоном, Україна, за деякими винятками, досягла такого ж незначного прогресу у побудові конституційної держави, як і у боротьбі з корупцією». [93]

Окрім цього, дана редакція випустила статтю до Дня Незалежності України «Arm und stolz und blutend», в якій описала святкові події присвячені святкуванню, і зазначила, що «Україна – одна з найбільш бідніших країн Європи». В газеті також вказується на те, що «святкування не змінюють того факту, що Україна – поділена країна: поділена Росією». [90] Не оминули тему анексії Криму, де видання вказало на те, що серед міжнародної спільноти дана тема дещо забулась, проте більшість країн визнають дані дії з боку Росії незаконними. У даній статті опублікували слова промови Президента Росії В. Путіна, про те, що «Україна була утворена коштом історичної Росії. Вона де-факто пограбувала Росію і що тепер практично безвольно реалізує «антиросійський» проєкт під контролем США та країн ЄС». [90]

Загалом, дана газета починаючи від січня 2021 по жовтень 2021 року опублікувала на своєму офіційному сайті 362 статті про Україну у сфері політики, 82 – економіка, 41 – культура, 13 – медіа, 21 – галузь освіти, 8 – здоров'я, 5 – digital, 1 – подорожі, 28 – суспільство, 1 – сервіс. Тобто, дана газета найбільшу увагу своїх читачів акцентує на політичному житті нашої держави. Варто зазначити, що майже кожна стаття містить нагадування про конфлікт з Росією, війну та анексію Криму. Однією із найпоширеніших економічних тем серед публікацій – тема газопроводу «Північний потік – 2», і як не дивно, знову у кожній публікації згадується Росія. Щодо культури, то більшість статей присвячена кінофільмам, нашим культурним діячам, зокрема тим що стали відомі на весь світ, та сучасному мистецтву.

У німецькому дослідженні «Німецького товариства міжнародного співробітництва» (GIZ) [71] проаналізовано та зібрано думки німецьких респондентів про Україну. Опитування серед населення проводилось щодо різних галузей, таких як політика, економіка, НАТО, ЄС, культура, медицина, спорт тощо. За даними дослідження найвідомішими постатями з якими Україну асоціюють є брати Клички. На шпальтах безлічі німецьких ЗМІ можна знайти статті присвячені братам. Крім цього, чимало німецьких громадян по-новому відкрили для себе Україну після перемоги на пісенному конкурсі «Євробачення» співачки Джамали. Хоча декілька видань спробували зробити із цього скандал, так як Джамала має кримськотатарське походження. Культурна складова нашого образу в Німеччині складається як з представників класичної культури минулого так і сучасних митців, що стали відомими за революційних подій на Майдані. Сюди відносимо молодого письменника Сергія Жадана, журналістку Соню Кошкіну, відому своєю працею «Майдан», рок-гурт «Океан Ельзи» тощо. [71]

В мас-медіа ФРН на сьогодні переважає образ України, як держави, що страждає від російської агресії. Більшість статей присвячені військовому конфлікту, а також участі ФРН у його мирному вирішенні. Уявлення про нашу державу німецька аудиторія отримує крізь призму подій на Донбасі та порушенню прав людини в окупованих територіях. Позитивним аспектом формування нашого іміджу є проєвропейська орієнтація. Це сприяє більшій поінформованості про нашу країну закордоном. А також в деякій мірі покращує наш міжнародний імідж.

3.3 Проблеми корегування та удосконалення ролі національних ЗМК у контексті функціонування публічної дипломатії

Функціонування ЗМК як ефективного механізму системи публічної дипломатії на сучасному етапі розвитку суспільства стикається із багатьма проблемами та викликами. Перш за все це пов'язано з швидкими глобалізаційними процесами в світі, до яких досі не всі країни пристосували своє законодавство в сфері інформаційного простору. Ще однією вагомою причиною є недієздатність «старої» моделі функціонування мас-медіа та відсутність принципів реалізації нової, яка б відповідала викликам сучасності. Сьогодні присутність демократично розвинутих ЗМК в системі державної інформаційної політики – найважливіша умова забезпечення стабільного та ефективного розвитку демократичної держави. Відповідно, невиконання інститутом мас-медіа своїх політичних функцій у державній системі може значно трансформувати, а іноді й перекручувати державні цілі та цінності, погіршувати їх ефективність та життєздатність, створити модель квазідемократії та сприяти маніпулятивному впливу правлячої верхівки. Для того щоб національні ЗМК дійсно виступали ефективним та дієвим механізмом публічної дипломатії потрібно вирішити цілу низку питань.

Однією із найбільших проблем у даному контексті виступає недостатня кількість, а в деяких державах абсолютна відсутність, незалежних національних мас-медіа. До прикладу, при аналізі медіа-простору України, можна констатувати, що переважна більшість національних ЗМК знаходиться «під крилом» фінансово-промислових груп, які здійснюють значний вплив на внутрішню та зовнішню політику держави. За словами дослідника засобів масової комунікації С. Гнатюка: «система розвитку мас-медіа в Україні полягає у повному домінуванні комерційно-корпоративних ЗМК, що напряду залежать від окремих бізнесових та політичних сил». [31] Таким чином, більшість українських мас-медіа, що мають суспільно-політичний характер є неспроможні сьогодні бути фінансово незалежними, що не може гарантувати їхню прозорість та незаангажованість. Що у свою чергу слугує поширенню про Україну недостовірної, іноді «замовленої» інформації, створенню серед громадськості сфальсифікованого образу держави та негативного

міжнародного іміджу. Саме тому існує необхідність створення незалежних та суспільних ЗМІ в країні, які б відповідали європейській моделі інформаційного розвитку. Варто зазначити, що дана модель також передбачає пошуки балансу між державним контролем та динамікою ринку, поєднанням державних інтересів і цілями приватного та корпоративного бізнесу.

Як підкреслює голова підрозділу стратегії та медіа-аналітики «Європейської мовної спілки» Роберт Кендел: «Незалежні суспільні медіа є відображенням здорового та демократичного суспільства в країні. Країни, в яких такі медіа переважають можна вважати політично стабільними». [42] Важливим у цьому контексті є також популяризація нових незалежних мас-медіа в суспільстві. Сприяння формуванню серед населення запиту на справді якісні та незалежні ЗМК є необхідною умовою становлення в країні демократії.

Ще однією вагомою проблемою функціонування ЗМК в рамках публічної дипломатії є те, що сьогодні у світі можна спостерігати за зменшенням довіри до засобів масової комунікації. Такі тенденції простежуються як у розвинених країнах так і тих, що тільки розвиваються. За даними дослідження проведеного в 2019 році «Європейською мовною спілкою» (European Broadcasting Union) - найбільшою у світі професійною асоціацією теле- та радіо-мовників, можна побачити, що серед європейських країн з найвищим рівнем довіри до національних медіа є — Швеція, Фінляндія, Данія, Німеччина, Ірландія, Португалія та інші. Водночас низький рівень довіри переважає в таких країнах, як Іспанія, Франція, Великобританія, Чехія та Греція. Найбільше довіряють таким традиційним мас-медіа, як радіо (73% є лідером серед країн, де проводили дослідження) й телебачення. У 85% країн найменше довіряють соціальним мережам. [66]

Серед причин зниження рівня медіа-довіри серед населення можна визначити: 1) недостовірність та необ'єктивність інформації; 2) низька якість професіоналізму спеціалістів; 3) залежність ЗМІ від власників та політичної еліти; 4) проблеми регулювання медіа-галузі як на державному так і на законодавчому рівнях; 5) неоднаково розподілений доступ до інформації; 6) велика частка

дезінформації в матеріалах ЗМІ; 7) недостатнє фінансування або його повна відсутність та інші;

Щодо України, то в 2020 році було проведено дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 році» соціологічною компанією «InMind» на замовлення міжнародної неприбуткової організації «Internews», що реалізує «Медійну програму в Україні» та фінансується «Агентством США з міжнародного розвитку» (USAID). [39] В основному дане дослідження проводилось, щоб вивчити та оцінити звички українського населення, щодо споживання медіа-ресурсів, а також рівень їхньої довіри до цих медіа. Окрім цього, було досліджено рівень медіа-грамотності та поінформованості населення щодо запровадження державних реформ. У процесі опитування взяли 4000 респондентів з 12 областей України, серед яких Київська, Львівська, Одеська та інші. Згідно з даним дослідженням в Україні протягом 2020 року зменшилась довіра до національних ЗМК, проте до регіональних – зросла. Лідером серед джерел новин для українців становлять соціальні мережі: 62% використовують їх для отримання новин (торік було 68%). Телебачення на другому місці – 52% (торік було 66%). Однак, серед опитаних, які споживають інформацію не тільки із соцмереж, а й із традиційних медіа, то більшість надає перевагу національному телебаченню – 95%, національним сайтам - 84%, національному радію – 82%. Щодо друкованих видань то лише 45% респондентів читають національні видання, та 67% - регіональні. [39] Серед найбільш популярних інформаційних ресурсів, якими користуються українці визначено:

- Телеканали: найбільш популярними серед українців є «1+1», «ICTV» та «Україна»;
- Загальнонаціональні сайти, які використовуються як джерело інформації: служби та сервіси «Google» та «Ukr.net»;
- Друковані видання: «Аргументы и факты в Украине», «Сегодня» і «Голос країни» (хоча перші 2 вже не видаються друковано);
- Аналітичні друковані видання: «Дзеркало тижня» та газета «День»
- Радіо-станції: «Українське радіо»;

- Мережа Інтернет: соціальні мережі (Facebook, Instagram, Telegram, Youtube);

Щодо рівня довіри, то у дослідженні зазначається, що в Україні переважає тенденція зниження довіри до всіх традиційних загальнонаціональних медіа:

- 1) телебачення: 2019 рік – 49%, у 2020 році – 41%;
- 2) інтернет-медіа: 2019 рік – 51%, у 2020 році – 48%;
- 3) національне радіо: 2019 рік – 22%, у 2020 році – 21%;
- 4) друковані видання: 2019 та 2020 роки – 19%. [39]

Однак регіональні медіа значно зміцнили свої позиції:

- 1) інтернет-ресурси (2019 рік – 44%, у 2020 році – 48%);
- 2) радіо (2019 рік – 19%, у 2020 році – 22%);
- 3) друковані видання (2019 рік – 20%, у 2020 році – 22%);
- 4) довіра до регіонального телебачення значно знизилась: з 41% до 38%.

[39]

Респонденти даного дослідження зазначили, що в ЗМК переважає негативна інформація, як на національному так і на регіональному рівнях. Окрім цього, 80% опитаних зазначили, що стикалися із неправдивими чутками та дезінформацією. Саме тому для підвищення медіа-довіри серед населення потрібно активно розвивати медіа-освіту, зокрема підвищувати медіа-грамотність громадян. Аудиторія із високим рівнем медійної грамотності здатна критично аналізувати матеріали ЗМІ, збирати та розрізняти правдиву інформацію від фейкової. Також уваги потребує підвищення кваліфікації фахівців у сфері медіа комунікацій. Наявність у медійному середовищі нефахових та некваліфікованих кадрів призводить до зниження рівня професійності національних медіа, занепаду національного інформаційного продукту, що у свою чергу загрожує національним інтересам в інформаційній галузі.

Поширення дезінформації та чуток виступає ще однією вагомою проблемою при регулюванні діяльності ЗМК. За результатами спільного опитування Українського центру економічних та політичних досліджень імені О. Разумкова та Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва (з 14 по 19 серпня 2020

року) - 46% громадян України вважають, що власники і менеджмент ЗМІ, а також держава однаково зобов'язані боротися з поширенням дезінформації та вигадок. [87] Варто зазначити, що дана проблема стосується сьогодні кожної країни. За словами директора «Детектор медіа» Петренко Галини: «соціальні мережі – найбільша платформа популяризації зухвалих фейкових новин. Проблемним моментом є те, що наразі не існує механізмів регулювання діяльності соціальних мереж. Тому перспективним напрямком у цьому плані є співпраця з ЄС, в якому з кінця 2020 було розроблено декілька документів, які регулюють дану проблему». І на сьогодні в документах Ради Європи можна знайти велику кількість матеріалів присвячених поняттю інформаційний безлад (Information Disorder). Зазначається, що це складне явище що включає як навмисне так і не умисне розповсюдження дезінформації, а також і правдивої інформації, з метою нанесення шкоди.

На інформаційний простір України неабиякий вплив здійснює політика дезінформування з боку Росії. Що сприяє погіршенню міжнародного іміджу нашої держави у світі, збільшенню розбіжностей серед населення та суспільства. Для України необхідним є створення на державному рівні відповідального органу для залучення боротьби із розповсюдженням неправдивої інформації, а також закріплення на законодавчому рівні врегулювання даного питання. До прикладу, у Франції в 2018 році було ухвалено два закони, що регулюють розповсюдження фейкових новин.

Окрім цього, потрібно збільшити кількість медіа, які б допомагали населенню краще орієнтуватись в інформаційному просторі. Прикладом таких медіа є «StopFake» - волонтерський інтернет-проект, метою якого є розкриття недостовірної інформації про Україну та інші держави. Даний сайт був створений в 2014 році викладачами та студентами Могиллянської школи журналістики. Основні завдання «StopFake» визначено на їхньому офіційному сайті: 1) перевірка та спростування навмисно викривленої інформації про Україну та інші держави в ЗМІ; 2) аналіз інформаційної пропаганди, особливо кремлівської; 3) аналіз впливу пропаганди як на Україну так і на інші країни та регіони; 4) проведення тренінгів

щодо достовірності інформації; 5) посилення медіа-грамотності населення. Варто зазначити, що дана спільнота не фінансується за кошти урядових організацій.

Загалом проникнення іноземних ЗМК у національний інформаційний простір держав на сьогодні є одним із наслідків інформаційної глобалізації. Таким чином, країни, що тільки розвиваються і не мають чітко сформованої інформаційної політики досить часто піддаються інформаційному впливу інших держав. Звісно, з одного боку, присутність іноземних ЗМІ в інформаційному просторі тієї чи іншої країни створює можливості розвитку інформаційного ринку всередині країни та затвердженню прав на свободу слова. Проте це робить країну уразливою до негативних, інформаційно-психологічних впливів з боку закордонних служб та держав. Саме тому кожна з держав повинна підтримувати свій інформаційний суверенітет, захищати його від всіх видів інформаційних загроз, особливо на сучасному етапі, в період інформаційних війн. В контексті даного питання важливу роль відіграє інформаційна безпека кожної з держав.

Варто зазначити, що сьогодні особливо важливим чинником для регулювання публічної дипломатії в країні є мережеві мас-медіа, зокрема соціальні мережі, веб-сайти та різноманітні ресурси в мережі Інтернет. Під час Пандемії Covid-19 Інтернет став одним із найосновніших інформаційних ресурсів людства. Перевагами всесвітньої мережі є те, що вона має змогу інформувати міжнародну аудиторію щодо актуальних подій в країнах. Доступність інформації, яку транслює держава в електронному вигляді сприяє становленню контакту з громадськістю. Завдяки впровадженню в органи державного управління інформаційних та телекомунікаційних технологій створюються нові можливості поширення інформації щодо ключових питань та підвищує ефективність державної політики.

Використання Інтернету в дипломатичній сфері сьогодні виокремилосся в новий вид дипломатії – віртуальна або мережева дипломатія. В рамках віртуальної дипломатії створюються «мережеві» дипломатичні представництва у вигляді спеціальних веб-сайтів, метою яких є інформування про зовнішню діяльність країни та встановлення діалогу між представництвом та цільовою аудиторією держав. Крім цього, створюються віртуальні консульства, що надають потрібну

інформацію та спрощують доступ до консульських послуг в тих районах, де немає консульської установи. Ще однією особливістю є миттєвий зворотній зв'язок. Тобто, через коментарі на офіційних дипломатичних веб-представництвах, або в соціальних мережах та блогах можна одразу відстежити позитивні або негативні тенденції серед громадян держави і міжнародної спільноти.

Активне використання можливостей, що містять інтернет-ресурси, надає змогу ефективно виконувати цілі публічної дипломатії, сприяти широкому інформуванню населення про країну, створювати її міжнародний імідж. Кожній із держав потрібно забезпечити свій інформаційний простір ефективними механізмами протидії кібер-атакам та кібер-загрозам. Найкращим шляхом досягнення стримування кібер-атак є використання всієї сукупності дій, що включає в себе ключові елементи і інструменти, такі як декларована політика, оборонна тактика, ефективні процедури реагування тощо. Крім того, важливим є проведення переговорів з іншими міністерствами і органами влади, міжнародними союзниками і партнерами, для зміцнення та підвищення кібер-безпеки.

Варто зазначити, що на сучасному етапі розвитку суспільства головними проблемами регулювання діяльності ЗМК загалом, так і в рамках здійснення публічної дипломатії є – слабка інформаційна політика, і в результаті незахищеність інформаційного простору держави, а також відсутність ефективної комунікації між урядом та населенням. Принципами на яких повинна базуватись державна інформаційна політика можна визначити захист національних ресурсів та національного інформаційного середовища як на законодавчому, так і на адміністративному рівнях та покращення організації управління державними інформаційними ресурсами.

В цілому нестабільний, в деякій мірі контрверсійний, розвиток засобів масової комунікації змушує кожен із країн бути в постійному пошуку нових механізмів та методів регулювання їхньої діяльності. З одного боку жорсткий контроль над сферою ЗМК є порушенням прав людини на свободу слова та доступ до інформації. Проте з іншого боку відсутність контролю над мас-медіа стає причиною поширення неправдивої інформації, розвитку між населенням

протириччя, посилення негативного інформаційного впливу на державу та її населення, руйнуванню позитивного іміджу країни тощо.

Висновки до 3 розділу

Імідж країни сьогодні є одним із найважливіших факторів, що впливають на статус держави. Важливу роль у цьому відграють зв'язки з громадськістю. Використання PR-технологій надає можливість створити новий сильний імідж країни або ж нові позитивні характеристики держави. Вони посилюють систему зовнішньої політики країни, підкреслюють її значущість на міжнародній арені, виступають інструментом публічної дипломатії.

На прикладі ФРН можна побачити, як за допомогою PR-інструментів, чіткої зовнішньої політики та системи публічної дипломатії можна отримати позитивну репутацію у світі. Сьогодні Німеччина має один з найпривабливіших у світі міжнародних іміджів, що підтверджують, зокрема численні опитування та соціологічні дослідження як в самій ФРН, так і в інших країнах. Уряд держави активно працює над своєю репрезентацією в інших країнах, залучаючи до цього чимало відомств та організацій.

За відсутності державної політики у сфері просування держави закордоном, міжкультурної співпраці між країнами та «незалежних» ЗМІ - неможливо в країні створити свій позитивний міжнародний імідж. На прикладі України можна побачити, як нестабільна політична ситуація в середині країни і як наслідок економічні проблеми, відсутність чіткого зовнішньополітичного курсу, заангажованість медіа та плюралізм серед уряду формують негативний образ країни у світі. Сьогодні українська держава намагається вибратися з іміджевої «ями», в якій вона перебувала з часів проголошення незалежності та постати перед світовою громадськістю як дійсно демократична країна з неабияким потенціалом. Поряд з тим перед кожною державою сьогодні постає потреба у відповідності своєї інформаційної політики процесам, що відбуваються у світі. Подальшими напрямками роботи в даному контексті є створення таких умов, при яких буде досягнута рівновага між комерційними та суспільними інтересами, між свободою слова та контролем збоку державного апарату, між різноманітністю національних поглядів та ідей, що запроваджуються на державному рівні.

ВИСНОВКИ

Таким чином, сьогодні можна спостерігати за зростанням ролі засобів масової комунікації у політичному житті держави. Задля досягнення поставлених цілей країні потрібно активно співпрацювати із іншими державами, використовуючи нові технології та можливості, які надають процеси інформатизації та глобалізації. Перш за все йдеться про активне використання мас-медіа, як ключового інформаційного каналу, який здатний формувати громадську думку, впливати на неї та змінювати. Важливою складовою є співпраця не тільки із національними ЗМК, але і також закордонними, для формування у світової громадськості певного уявлення про конкретну державу та її зовнішньополітичні цілі. Зокрема створення позитивного іміджу країни на міжнародній арені надає безліч переваг і виступає потужним механізмом закріплення за державою лідируючих позицій на світовій політичній карті. Зважаючи на це, серед ключових властивостей ЗМК у зовнішній політиці країни варто визначити здатність:

- миттєво передавати інформацію;
- впливати на суспільні інтереси та змінювати їх;
- формувати політичну свідомість та культуру;
- сприяти національній єдності, шляхом транслювання традицій, звичаїв та культури;
- репрезентувати країну;

Окрім цього, стрімкий розвиток ЗМК став причиною появи нових форм та методів здійснення зовнішньої політики країни. Так, поряд із традиційною дипломатією, набула свого поширення публічна дипломатія. І на сьогодні це один із найефективніших методів реалізації інтересів країни за її межами в рамках концепції «м'якої сили». Шляхом залучення зв'язків з громадськістю, рекламних кампаній та маркетингу держава має змогу активно взаємодіяти з іншими країнами у різних галузях, поширювати власну культуру, мову та цінності, сприяючи, більшій поінформованості серед світової громадськості про себе. Такі зміни на

міжнародній арені позитивно вплинули на модернізацію самих міжнародних відносин, вагомою складовою розбудови яких є, власне, інформаційна політика.

На прикладі Федеративної Республіки Німеччини та України можна побачити, як за допомогою чіткої стратегії інформаційної політики можна, по-перше, змінити свій міжнародний імідж із негативного на позитивний, по-друге, розвинути свою економіку та туризм, по-третє, стати країною-лідером на світовій арені. І навпаки, за її відсутності потрапити в «іміджеву яму», ослабити свій туристичний потенціал, знизити економічні показники та стати країною «другого плану» серед міжнародної спільноти. У цьому контексті досить актуальним є аналіз відносин між даними країнами, так як ці характеристики впливають на їхній перебіг.

Реальний стан українсько-німецьких відносин з однієї сторони відзначається тісною співпрацею у різних галузях. Німеччина всіляко підтримує Україну, надає їй гуманітарну допомогу, сприяє процесу реформування різних сфер, намагається знайти шляхи мирного врегулювання військового конфлікту на Сході держави. Пріоритетним напрямом зовнішньої політики Німеччини залишається вирішення конфлікту на Донбасі, що для України має неабияке значення.

Особливо є тісною співпраця в економічному плані, ФРН сприяє розвитку малого та середнього бізнесу в Україні та виділяє зі свого державного бюджету кошти на фінансування процесу впровадження реформ. Зокрема за сприянням Німеччини в Україні реалізуються реформи децентралізації, держуправління, медична реформа тощо. Крім цього, в 2021 році розпочалась активна співпраця між країнами щодо реорганізації української залізничної системи. Варто зазначити, що розвиток подальших економічних відносин між державами матиме скоріше позитивні тенденції, аніж негативні. Україна багата на відновлювальні джерела енергії, які для ФРН є досить важливими.

Однак існує низка факторів, які так чи інакше підривають та загострюють міждержавний діалог. По-перше, це політика ФРН щодо Росії. Російська Федерація була для Німеччини завжди вагомим економічним партнером і на сьогодні можна також спостерігати за активною співпрацею між державами. По-друге, це

прокладання газового проводу «Північний потік-2». Українська сторона висловлює свої побоювання щодо можливості тиску з боку Росії після реалізації плану, а також зниженню економічних доходів держави. У свою чергу, уряд ФРН всіляко намагається переконати український уряд в тому, що «Північний потік-2» для них є лише комерційним проектом, а не політичним, і в разі здійснення російської агресії на Україну, Німеччина підтримає українську державу наклавши на Росію додаткові санкції. По-третє, це запропонована ФРН, так звана «формула Штайнмаєра», якою передбачається врегулювання ситуації на Донбасі, шляхом проведення виборів на окупованих територіях та надання їм особливого статусу. Даний законопроект викликав бурхливу реакцію з боку українського населення та сприяв хвилі протестів, тим самим підриваючи довіру до ФРН.

Неабиякий вплив на розвиток відносин між країнами мають німецькі та українські ЗМК. Варто зазначити, що за всю історію сучасних українсько-німецьких відносин, найбільшого резонансу серед ЗМІ викликали події «Революції Гідності». Якщо до цього, серед німецьких мас-медіа на першому плані завжди стояли відносини між іншими державами, зокрема Росією, то після подій на Майдані у медійному просторі ФРН сталась зміна пріоритетності висвітлення новин. З визнанням Україною євроінтеграційного курсу в ФРН відображення українсько-німецьких відносин стало активно розвиватись. Сама політика уряду країни стала більш спрямованою на вирішення українських проблем, що сприяє тіснішій співпраці між державами. Про це свідчать публікації таких найбільших німецьких ЗМІ, як «Deutsche Welle», «FAZ», «Die Zeit», «Der Spiegel» ті інші.

Так чи інакше, більшість публікацій містять інформацію про надання фінансової допомоги з боку ФРН українській державі, намагання Німеччини вирішити конфлікт на Донбасі, сприяти реформуванню України тощо. Окрім цього, велика кількість німецьких ЗМІ критикують те, що українська держава не поспішає реалізовувати вимоги, поставлені перед нею щодо вступу до ЄС. Повільними темпами відбувається реформування різних галузей, зокрема тих, які фінансує Німеччина.

Поряд із цим, негативного забарвлення має і сам імідж України в німецьких ЗМІ. До революційних подій в листопаді 2013 року, про українську державу, як незалежну країну, більша частина населення ФРН могла навіть не знати. Найпоширенішою асоціацією з Україною було те, що це колишня «частина Росії». Серед причин варто зазначити, що в Україні не було жодного німецького кореспондента, і всі публікації про нашу державу виходили від журналістів, що працювали в Москві. Не змінила ситуації і «Помаранчева революція», після якої Україна визначалась німецькими ЗМІ як «самодержавство». «Революція Гідності» сприяла збільшенню поінформованості про Україну серед німецького населення, проте знову здебільшого в негативному ракурсі.

На сьогодні найчастішими асоціаціями з Україною в ФРН є «війна», «анексія Криму», «Росія», «безлад та нестабільність». Позитивним чином впливає на наш імідж в Німеччині євроінтеграційна політика. Однак серед матеріалів більшості німецьких ЗМІ при висвітленні тем про Україну завжди присутня Росія, що не дає змогу сформувати новий позитивний, а головне цілісний імідж нашої держави в Німеччині. Німецьке населення формує власну думку про Україну крізь призму подій на Донбасі та нестабільної ситуації в державі.

В українському медійному середовищі переважають здебільшого позитивні тенденції висвітлення українсько-німецьких відносин. Більшість видань таких медіа як «Суспільне», «Укрінформ», «Громадське», «Радіо свобода» містять аналіз подій, що відбуваються у відносинах між країнами, розкривають ключові питання, що стосуються відносин між державами.

Значна кількість публікацій присвячена результатам співпраці та крокам, здійсненими Німеччиною, для вирішення українсько-російського конфлікту та стабілізації ситуації в Україні. Позитивно українські ЗМІ оцінюють фінансову та гуманітарну допомогу з боку ФРН, а також сприяння розвитку бізнесу в Україні. Однак присутня велика кількість критики політики Німеччини щодо Росії, газопроводу «Північний потік -2» та програми «Штайнмаєра», і таким чином, українські ЗМІ висловлюють свою «недовіру» до ФРН. Незважаючи на це, більшість україномовних ЗМІ висловлюються про те, що Україні потрібно значно

активніше брати участь у становленні тісніших відносин між країнами, особливо після зміни уряду в Німеччині. Зокрема сприяти створенню проукраїнського лоббі в німецькому Бундестазі та шукати нові можливі напрями співпраці.

Окрім цього, імідж ФРН в українських ЗМІ має позитивний характер. Високо оцінюються туристичні можливості країни. Українські ЗМІ неодноразово писали про те, що Німеччина є найпривабливішою країною Європи. Особливо розвинутим видом туризму, на думку багатьох національних ЗМІ, є медичний туризм Німеччини. Відзначається його розширена інфраструктура оздоровчих курортів, які серед українців мають неабияку популярність. Сильними сторонами позитивного іміджу ФРН в Україні можна також визначити її швидкий економічний та технологічний розвиток, участь у врегулюванні екологічних проблем та військових конфліктів. Особливо під час Пандемії коронавірусу, більшість публікацій українських мас-медіа присвячені політиці уряду ФРН щодо протидії Covid-19. І зазначається, що Німеччина одна із небагатьох країн, чий методи вирішення даної проблеми є ефективними і становлять приклад для інших.

Варто зазначити, що хоча і існують деякі помітні розбіжності між ФРН та Україною, вони не становлять критичної загрози для майбутніх німецько-українських відносин. Тенденції, що переважають на Заході і в самій Німеччині, в цілому вказують на подальше зближення країн, а не на їхнє віддалення. Проте багато чого залежить від політики нового парламентського уряду ФРН, вибори якого відбулись 26 вересня 2021 року.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12> (дата звернення: 9.09.2021)
2. Закон України «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення 9.09.2021)
3. Закон України «Про телебачення і радіомовлення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12> (дата звернення: 28.08.2021)
4. Закон України «Про телекомунікації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15#Text> (дата звернення: 15.07.2021)
5. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.07.2021)
6. Закон України «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 9.09.2021)
7. Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text> (дата звернення: 28.08.2021)
8. Віденська конвенція про дипломатичні відносини. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_048#Text (дата звернення: 10.07.2021)
9. Стратегія публічної дипломатії міністерства закордонних справ України 2021-2025. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%d0%a1%d1%82%d1%80%d0%b0%d1%82%d0%b5%d0%b3%d1%96%d1%97/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 20.07.2021)
10. Білоус, О. М. Типологія газетної періодики сучасної Німеччини / Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. К., 2007. Т. 29. 176 с.

11. Брокгауз Ф.А. Енциклопедичний словник. Санкт-Петербург: Видавнича справа, 1904. Т. 28. 874 с.
12. Галумов Е.А. Міжнародний імідж Росії. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук. М., 2004. 616 с.
13. Дзюба О. Формування позитивного іміджу країни на прикладі Німеччини. URL: <http://international-relations.knukim.edu.ua/article/view/203712/203445> (дата звернення: 15.07.2021)
14. Котляр К. І. Імідж України у контексті міжнародних рейтингів. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2019. 6 с.
15. Кукіна З. Міжнародний інституційний механізм регулювання діяльності засобів масової інформації. Часопис Київського університету права. 2012. № 2. С. 354-357.
16. Кривохиж С. В. Публічна дипломатія Китайської Народної Республіки: становлення та розвиток: дис. канд. іст. наук: 07.00.15. Санкт-Петербург, 2014. 165 с.
17. Лебедева М. Світова політика і міжнародні відносини: ключові слова і поняття. Москва: Н. Новгород, 2000. 310 с.
18. Лизанчук В. Феномен невмирущості нації // Наукові записки АН ВШ України. 2004. Вип. 6. С. 74-81.
19. Осломовська А. О. Політика формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав після 2014 р. Автореферати та анотації дисертацій. 2021. 16 с.
20. Пантелєєв В. Історична періодизація інформаційно-психологічного впливу ЗМІ. Політичні технології: спецвип. Київ, 2008. С. 313-321.
21. Терещук В. Публічна дипломатія як зовнішньополітичний PR: концептуальний вимір. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2017. Випуск 10, С. 175-181.

22. Теребус О. PR у системі масових комунікацій. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2010. С.188-191. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/153579526.pdf> (дата звернення: 8.09.2021)
23. Території, де перемиг маркетинг територій / Маркетинг і реклама. 2010. № 3 (163). С. 31-33.
24. Ткаченко О. Трансформація іміджу Німеччини в світових ЗМІ. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2243/2002 (дата звернення: 18.09.2021)
25. Сіленко А., Семченко О. Імідж держави. Політологія. Львів. «Новий світ – 2000». 2014. С. 244 – 245.
26. Douglas B. Fireside Politics: Radio and Political Culture in the United States, 1920-1940. 2005. 362 p
27. Grotzky D. «Eigentlich Europa». URL: https://edoc.ub.unimuenchen.de/25292/7/Grotzky_Daniel.pdf (дата звернення: 13.10.2021)
28. McLuhan M. The medium is the message, an inventory of effects. N.Y.: Wired Books. 1996. 160 p.
29. O’Heffernan P. Mass Media and American Foreign Policy: Insider Perspectives on Global Journalism and the Foreign Policy Process. 1991. 262 p
30. Yoel Cohen «Media Diplomacy: The Foreign Office in the Mass Communications Age». 1986. 197 p.
31. Ангелова Д. Засоби масової інформації як об’єкт культурної політики держави. URL: <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/850/1/%d0%b0%d0%b2%d1%82%d0%be%d1%80%d0%b5%d1%84%d0%b5%d1%80%d0%b0%d1%82%d0%90%d0%bd%d0%b3%d0%b5%d0%bb%d0%be%d0%b2%d0%b0.pdf> (дата звернення: 20.08.2021)
32. Борисов О. Вибори до Бундестагу — як зміняться відносини України та Німеччини. URL: <https://kanaldom.tv/uk/vybory-v-bundestag-kak-izmenyatsya->

[ukraino-nemeczkie-otnosheniya-5-voprosov-s-tarasom-semenyukom/](https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3294484-brak-informacii-pro-ukrainu-nebezpecnisij-navit-za-dezinformaciu-ekspert.html) (дата звернення: 16.09.2021)

33. Брак інформації про Україну небезпечніший навіть за дезінформацію – експерт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3294484-brak-informacii-pro-ukrainu-nebezpecnisij-navit-za-dezinformaciu-ekspert.html> (дата звернення: 5.10.2021)

34. Віктор Ющенко у Німеччині. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/domestic/story/2005/03/050309_yushchenko_germany (дата звернення: 29.10.2021)

35. Воршех С., Міхель Т., Умланд А. Економічні та політичні відносини між Україною та Німеччиною після Євромайдану. URL: <https://voxukraine.org/ekonomichni-ta-politichni-vidnosini-mizh-ukrayinoyu-ta-nimechchinoyu-pislya-yevromajdanu/> (дата звернення: 11.10.2021)

36. Гладко В. Чи захоче Німеччина стати локомотивом для руху України до Європи? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/912919.html> (дата звернення: 2.10.2021)

37. Гресель Г. Від Німеччини до Мальти: які країни ЄС допомагають Україні, а які – симулюють підтримку. URL: <https://www.euointegration.com.ua/articles/2016/10/20/7056180/> (дата звернення: 10.10.2021)

38. Довіра українців до ЗМІ за рік знизилася на 11%. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2803560-dovira-ukrainciv-do-zmi-za-rik-znizilasa-na-11.html> (дата звернення: 5.11.2021)

39. Закусило М. Соцмережі й телебачення – основні джерела новин для українців; довіра до національних медіа впала (дослідження). URL: <https://detector.media/infospace/article/181614/2020-10-16-sotsmerezhi-y-telebachennya-osnovni-dzherela-novyn-dlya-ukraintsiv-dovira-do-natsionalnykh-media-vpala-doslidzhennya/> (дата звернення: 2.11.2021)

40. Жолквер М. Ставлення до біженців змінило імідж Німеччини. URL: <https://p.dw.com/p/1GSR1> (дата звернення: 16.10.2021)

41. Калашник П. Музей історії Німеччини виставить на показ ампулу з першої партії вакцини Pfizer/BioNTech. URL: <https://hromadske.ua/posts/muzej-istoriyi-nimechchini-vistavit-na-pokaz-ampulu-z-pershoyi-partiyi-vakcini-pfizerbiontech> (дата звернення: 9.10.2021)
42. Кендал Р. Незалежні суспільні медіа є відображенням здорового та демократичного суспільства в країні. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/1969> (дата звернення: 8.11.2021)
43. Коваленко Н. «Серйозна історія». Значення німецьких виборів для України. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/znachennya-nimetskykh-vyboriv-dlya-ukrayiny/31481614.html> (дата звернення: 13.10.2021)
44. Кондратенко М. Уряд Німеччини виділяє 10 мільйонів євро на розвиток соцпослуг на Сході України. URL: <https://www.dw.com/uk/uriad-nimechchyny-vydiliaie-10-milioniv-yevro-na-rozvytok-sotsposluh-na-skhodi-ukrainy/a-56657177> (дата звернення: 13.10.2021)
45. Країна як бренд. URL: <http://www.management.com.ua/cases/case026.html> (дата звернення: 28.09.2021)
46. Куди українці їдуть на відпочинок та як змінилася вартість турів. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/EN191441> (дата звернення: 4.11.2021)
47. Куренкова О. Кінець епохи Меркель. URL: <https://hromadske.ua/posts/kynec-epohi-merkel-hto-stane-novim-kanclerom-nimechchini-i-yak-zminitsya-yiyi-politika-shodo-ukrayini> (дата звернення: 15.10.2021)
48. Куса І., Темник Ю., Умланд А. Відносини Німеччини і України під завісу епохи Меркель. URL: <https://uifuture.org/reports/vidnosyny-nimechchyny-ta-ukrayiny-pid-zavisu-epohy-merkel/> (дата звернення: 9.10.2021)
49. Луцька К. Майбутнє України - не транзит газу, а водень. Інтерв'ю DW з посолкою ФРН. URL: <https://www.dw.com/uk/maibutnie-ne-za-hazom-a-za-vodnem-posolka-frn-video/a-59342419> (29.10.2021)
50. Медіасистема Німеччини. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%9D%D1%96%D0

[%BC%D0%B5%D1%87%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B8](#) (дата звернення: 8.10.2021)

51. Меркель закликала співвітчизників вакцинуватися від COVID-19. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3314397-merkel-zaklikala-spivvitciznikiv-vakcinuvatisa-vid-covid19.html> (дата звернення: 29.09.2021)

52. Мостова Д. Різновиди публічної дипломатії в публічному управлінні. URL: https://www.researchgate.net/publication/349114327_RIZNOVIDI_PUBLICNOI_DIPLOMATII_V_PUBLICNOMU_UPRAVLINNI Varieties of Public Diplomacy in the Public system (дата звернення: 18.08.2021)

53. Німецько-українські економічні відносини. URL: <https://kiew.diplo.de/ua-uk/themen/wirtschaft/-/1335924> (дата звернення: 14.09.2021)

54. Німеччина передасть іншим країнам 100 мільйонів доз COVID-вакцин. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3310416-nimeccina-peredast-insim-krainam-100-miljoniv-doz-covidvakcin.html> (дата звернення: 29.09.2021)

55. Німці дали Україні 14 мільйонів, а Кучма подарував їм гравюри. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2004/02/20/2998200/> (дата звернення: 14.09.2021)

56. Омелянюк М. Енергетичні гарантії та переговори з Путіним. Чого чекати від візиту Меркель у Київ. URL: <https://susplne.media/157094-energeticni-garantii-ta-peregovori-z-putinim-cogo-cekati-vid-vizitu-merkel-u-kiiiv/> (дата звернення: 5.09.2021)

57. Пантьо О. Безпековий вимір українсько-німецького співробітництва в умовах кризи міжнародної безпеки. URL: https://www.ispc.org.ua/wp-content/uploads/2019/05/conference_05_19.pdf#page=55 (дата звернення: 18.09.2021)

58. Поняття дипломатії та дипломатичної служби. URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/MEV/Shayjda/Kaf_ME V_DKS_Lecture_1.pdf (дата звернення: 10.08.2021)

59. Посольство Німеччини в Україні. Офіційний сайт. URL: <https://kiew.diplo.de/ua-uk> (дата звернення: 18.08.2021)

60. Посол Німеччини назвала дві найуспішніші реформи в Україні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3111005-posol-nimeccini-nazvala-dvi-najuspisnisi-reformi-v-ukraini.html> (дата звернення: 17.10.2021)
61. Просування іміджу України закордоном. URL: <http://fpp.com.ua/topic/prosuvannya-imidzhu-ukrayiny-za-kordonom/> (дата звернення: 19.10.2021)
62. Рейтинг топ-сайтів України. Сайт. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/rejtyng-top-sajtiv-ukrayiny-i34992> (дата звернення: 29.09.2021)
63. Репутація України у світі. Необхідно покращувати імідж держави. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29107381.html> (дата звернення: 20.10.2021)
64. Савінок В. Ангела Меркель до перемоги готова: секрет політичного довголіття канцлерки Німеччини. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2017/08/28/7070111/> (дата звернення: 15.10.2021)
65. Савицький О. Україна і Німеччина: невикористаний потенціал співпраці. URL: <https://p.dw.com/p/1HsIy> (дата звернення: 20.09.2021)
66. Суспільні мовники серед лідерів за довірою в Європі — дослідження ЄМС. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/2483> (29.10.2021)
67. Танасійчук О. Туристична Німеччина чекає українців. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2247361-turisticna-nimeccina-cekae-na-ukrainciv.html> (дата звернення: 12.10.2021)
68. Тейзе Є. Німецький депутат: Ми не знаємо, чи є Зеленський проєвропейським кандидатом. URL: <https://p.dw.com/p/3Gfzx> (дата звернення: 16.09.2021)
69. Технології public relations (PR) в зовнішній політиці. Поняття, мета та завдання. PR-технологій в міжнародних відносинах. URL: https://studopedia.su/8_11421_tehnologii-public-relations-PR-v-zovnishniy-polititsi-ponyattya-meta-ta-zavdannya-PR-tehnologiy-v-mizhnarodnih-vidnosinah.html (дата звернення: 13.10.2021)

70. Україна очима іноземних друзів: три запитання до Дня Незалежності. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3301294-ukraina-ocima-inozemnih-druziv-tri-zapitanna-do-dna-nezaleznosti.html> (дата звернення: 20.10.2021)
71. Україна очима Німеччини. URL: https://www.giz.de/en/downloads/Ukraine-Studie_UKR.pdf (дата звернення: 20.10.2021)
72. Україна піднялася у рейтингу привабливості для туристів. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/09/4/651265/> (дата звернення: 21.10.2021)
73. Український інститут: М'яка сила для просування сучасної України у світі. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=249730313 (дата звернення: 18.10.2021)
74. Українсько-німецькі відносини. URL: https://pidru4niki.com/1474100255645/politologiya/ukrayinsko-nimetski_vidnosini (дата звернення: 27.09.2021)
75. 86% українців отримують новини з телевізора, 5% – з російських каналів. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2018/03/27/7175940/> (дата звернення: 29.10.2021)
76. У світі найвище оцінюють Німеччину – опитування. URL: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2013/05/130522_bbc_poll_influence_it.shtml (дата звернення: 20.10.2021)
77. Фонд Конрада Аденауера. Офіційний Сайт. URL: <https://www.kas.de/uk/web/ukraine/home> (дата звернення: 5.09.2021)
78. Функції, структура та види ЗМК. URL: https://vuzlit.ru/472161/funktsiyi_struktura_vidi (дата звернення: 28.07.2021)
79. «Франкфуртер альгемайне цайтунг»: за відсутності перспективи з боку ЄС, Захід втратить Україну. URL: <https://p.dw.com/p/AM0A> (дата звернення: 26.09.2021)
80. Хожайнова В. Термальні джерела Туреччини та води Карпат. Що таке медичний туризм і чи розвинений він в Україні. URL: <https://suspilne.media/140379->

[termalni-dzerela-tureccini-ta-vodi-karpat-so-take-medicnij-turizm-i-ci-rozvinenij-vin-v-ukraini/](#) (дата звернення: 23.10.2021)

81. Центр «Нова Європа». Як Україну сприймають в країнах ЄС? URL: http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/What-is-Ukraine-s-perception-in-the-EU_ukr_web-1.pdf (дата звернення: 10.10.2021)

82. Черненко Т.В. Сучасний вимір публічної дипломатії в системі стратегічних комунікацій. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/chernenko.pdf> (дата звернення: 15.09.2021)

83. Шевченко О.В. PR-технології формування міжнародного іміджу держави. URL: http://megalib.com.ua/content/4182_Shevchenko_OV_PR_tehnologii_formyvannya_mi_jnarodnogo_imidju_derjavi_.html (дата звернення: 6.11.2021)

84. Шлінчак В. Посол Німеччини в Україні Анка Фельдгузен: Росія зараз програла. URL: <https://glavcom.ua/interviews/posol-nimechchini-v-ukrajini-anka-feldguzen-rosiya-zaraz-prograla-755270.html> (дата звернення: 17.10.2021)

85. Шпенглер О. Приимерк Європи. Нариси морфології світової історії. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Speng_2/index.php (дата звернення: 23.07.2021)

86. Юрченко Л. Українсько-німецькі урядові консультації: економіка «відбілить» політику. URL: <https://p.dw.com/p/AOR3> (дата звернення: 25.08.2021)

87. Як змінилися уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.) URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 29.10.2021)

88. Як склалися відносини Меркель з Україною (відео).URL: <https://p.dw.com/p/2ke7I> (дата звернення: 27.09.2021)

89. Analyse: Die deutsch-ukrainischen Beziehungen auf zivilgesellschaftlicher Ebene: Stand und Verbesserungsvorschläge. URL: <https://www.bpb.de/203698/analyse->

[die-deutsch-ukrainischen-beziehungen-auf-zivilgesellschaftlicher-ebene-stand-und-verbesserungsvorschlaege](#) (Abrufdatum: 11.10.2021)

90. Arm und stolz und blutend. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/ukraine-krim-putin-1.5391257> (Abrufdatum: 26.09.2021)

91. Bundespresseamt.Geschichte und Aufgaben. Die Aufgaben. URL: www.bundesregierung.de. (Abrufdatum: 11.10.2021)

92. Good country Index. URL: <https://index.goodcountry.org/> (accessed on: 16.10.2021)

93. Haus ohne Fundament. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/ukraine-korruption-rechnungshof-1.5419576> (Abrufdatum: 30.09.2021)

94. Leitbild: Verlässliche Werte und Grundsätze. URL: <https://www.dw.com/de/leitbild-verl%C3%A4ssliche-werte-und-grunds%C3%A4tze/a-1503551> (Abrufdatum: 26.09.2021)

95. Pressestatements von Bundeskanzlerin Merkel und dem ukrainischen Präsidenten Poroschenko. URL: <http://www.bundeskanzlerin.de/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2015/03/215-03-16-merkel-poroschenko.html> (Abrufdatum: 17.09.2021)

96. Putin formuliert Ukraine-Doktrin - und droht. URL: <https://www.dw.com/de/putin-formuliert-ukraine-doktrin-und-droht/a-58280641> (Abrufdatum: 1.10.2021)

97. Ukraine: Beziehungen zu Deutschland. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/ukraine-node/bilaterale-beziehungen/202760> (Abrufdatum: 24.09.2021)

98. Ukraine startet Militärmanöver mit Nato-Staaten. URL: <https://www.spiegel.de/ausland/ukraine-startet-militaermanoever-mit-nato-staaten-a-54ec8b8f-b22b-4c46-a3c6-34e15c771d79> (Abrufdatum: 1.10.2021)

ZUSAMMENFASSUNG

Tschulkan L.I Moderne ukrainisch-deutsche Beziehungen in der Abbildung der führenden nationalen Massenmedien.

Die Masterarbeit besteht aus einer Einleitung, drei in Unterabschnitte gegliederten Abschnitten, Schlussfolgerungen zu den Abschnitten, allgemeinen Schlussfolgerungen und einem Quellenverzeichnis. Das Ziel der Masterarbeit ist es herauszufinden, wie sich die deutsch-ukrainischen Beziehungen in den nationalen Medien beider Länder widerspiegeln und welche Faktoren üben darauf Einfluß aus. Das Objekt der Studie sind die aktuellen Beziehungen zwischen Deutschland und der Ukraine. Gegenstand - sind die ukrainisch-deutschen Beziehungen aus dem Blickwinkel der nationalen Medien beider Länder.

Der erste Abschnitt enthält die Information über die Notion der Massenmedien, ihre Merkmale und Schwerpunkte. Es wurde festgelegt, welche Prinzipien der Funktionsweise der Medienkommunikation im Prozess der Umsetzung der Außenpolitik des Staates gibt es. Insbesondere betrachtete man der Einsatz von Massenmedien im Rahmen der Öffentliche Diplomatie. Es wurde die Analyse der Quellenbasis der Forschung durchgeführt.

Im zweiten Abschnitt analysierte man den aktuellen Stand der ukrainisch-deutschen Beziehungen. Es wurde die wichtigsten Veröffentlichungen der deutschen und ukrainischen Massenmedien über die Beziehungen zwischen den Staaten betrachtet, wie sich diese Beziehungen in den nationalen Massenmedien widerspiegeln und welche Faktoren sie beeinflussen.

Im dritten Abschnitt entstand ein ganzheitliches Bild der Ukraine in Deutschland, das von den deutschen Massenmedien geschaffen wurde. Und auch das Deutschlandbild im ukrainischen Medienraum ist definiert. Die Hauptschwierigkeiten, die sich beim Einsatz von Massenmedien in der Außenpolitik ergeben, werden hervorgehoben.

Stichwörter: Massenmedien, Außenpolitik, ukrainisch-deutsche Beziehungen, Image des Landes, Öffentliche Diplomatie.