

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Правовое регулирование деятельности государства и общества в сфере имиджа Федеративной Республики Германия

Научный руководитель – Николаева Юлия Вадимовна

Воронков Вячеслав Владимирович

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет международных отношений, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: igrokslava@mail.ru

Основной целью связей с общественностью, как известно, выступает формирование позитивного имиджа любой организации и ее позиционирование. Объективный положительный имидж современного государства при формировании политики ориентирует не на факты и политическую реальность, а на эмоции и личные убеждения массовой аудитории, что позволяет многим странам добиваться внешнеполитических целей, в качестве инструмента используя свой положительный образ.

Целью работы является рассмотрение коммуникационных возможностей ФРГ закрепленных в законодательных актах, основанных на формировании имиджа и брендинга, являющихся инструментам внешней политики страны

Правовой аспект может, как ограничивать возможности страны для ведения имиджевой политики, так и создавать нормативно-закрепленные инструменты. При этом, конкретные механизмы и способы реализации формируются на основе нормативно-правового регулирования различного уровня. В этом отношении для формирования общественных коммуникаций и имиджа Германии важное значение имеет европейское право, федеральное, земельное, региональное, муниципальное право.

Так, например, Европейский союз и его государства-члены подтвердили приверженность коммуникации в культурном секторе в Конвенции ЮНЕСКО 2005 года [1], регулирующей правовые рамки для культурных вопросов во внешних отношениях. Согласно «Белой книге о будущем ЕС» 2017 года [2], страны Евросоюза имеют пять вариантов сценариев развития своих отношений к 2025 году: существовать в неизменном виде, говоря о позитивной повестке дня («Продолжение»); концентрация на работе единого рынка («Ничего, кроме единого рынка»); самостоятельность стран в отдельных областях («Те, кто хотят большего, делают больше»); возможное исключение некоторых тем политики («Делать меньше, но эффективно»); расширение вопросов наднациональной политики («Делать намного больше вместе»)

Рассматривая правоприменительную практику, как инструмент внешней политики формирования имиджа, важно выделить несколько областей деятельности государства и обществ в этом направлении.

Во-первых, ответственность за внешнюю политику Германии возложена на Федеральное правительство (ФП) в соответствии с Основным законом ФРГ [3] Задачи внешнего имиджа страны прописаны в ежегодных докладах. В частности, в ст.3 20 Доклада ФП о внешней культурной и образовательной политике [4], целью стратегической коммуникации (DiA). является продвижение реалистичного имиджа за рубежом, укрепление доверия к немецкой политике, объяснению ее событий. Восприятие Германии как центрального игрока в Европе создает собственную реальность и ответственность за формирование глобального порядка [5]

Во-вторых, информационная политика реализуется в решениях Федерального конституционного суда, обязывая ФП активно информировать общественность [6]

В-третьих, на выработку взглядов и формирование имиджа оказывают влияние стратегические программные установки политических партий: глобальные проблемы требуют международного сотрудничества, необходима субсидиарность для решения локальных вопросов и укрепления пространства муниципалитетов, что отражено в совместных договорах [7]

В-четвертых, взаимодействие с различными культурными, образовательными, экономическими проектами, некоммерческими организациями и фондами (в том числе политическими) при формировании межкультурной коммуникации и спонсировании образовательных организаций и иностранных студентов, распространяя при этом национальный бренд Германии в свои страны

В-пятых, сотрудничество с международными организациями в области экономической и культурной политики в Европе: Европейский культурный фонд «Культура Европы», Комитет по делам бизнеса, искусства и культуры; а также двусторонние договоры Германии с целью продвижения национального имиджа (Аахенское соглашение с Францией) [8].

Таким образом, Федеративная Республика Германия обладает разноуровневыми нормами права для регулирования имиджевой внутренней и внешней политики. С юридической точки зрения, для продвижения страны сформированное нормативно-правовое регулирование представлено довольно обширной законодательной базой, в том числе используя возможности единого международного законодательства Евросоюза для продвижения себя не просто как обособленного государства, но как одного из ведущих стан-членов. В то же время, существует необходимость улучшения коммуникации различных политических институтов Германии в отношении имиджевой политики. Выработка отдельного документа, посвященного национальному бренду страны помогла бы лучше понять её позиционирование себя в мире, как это делают другие страны.

Источники и литература

- 1) Конвенция об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения, 2005 // URL:http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_expression.shtml(дата обращения: 10.02.2021)
- 2) White Paper On The Future Of Europe, 2017 // URL:https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white_paper_on_the_future_of_europe_en.pdf(дата обращения: 10.02.2021)
- 3) Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland // URL: <http://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html>(дата обращения: 10.02.2021)
- 4) 20. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik // URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/blob/216920/58d60f4040d34e5a1a0d69fba06de725/akbp-bericht-2016-data.pdf>(дата обращения: 10.02.2021)
- 5) «Белая книга по политике в области безопасности и будущему бундесвера» 2016 года
- 6) Bundesverfassungsgerichtentscheidungen vom 26. Juni 2002. In: Neue Juristische Wochenschrift, с. 2621 u. 2626.
- 7) Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 19. Legislaturperiode. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung // URL: <https://www.bundesregierung.de/resou>

rce/blob/975226/847984/5b8bc23590d4cb2892b31c987ad672b7/2018-03-14-koalitionsvertrag-data.pdf?download=1 (дата обращения: 10.02.2021)

- 8) Vertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Französischen Republik über die deutsch-französische Zusammenarbeit und Integration // URL: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/992814/1570126/c720a7f2e1a0128050baaa6a16b760f7/2019-01-19-vertrag-von-aachen-data.pdf?download=1> (дата обращения: 10.02.2021)