

кандидат наук із соціальних комунікацій
Запорізький державний медичний університет

УКРАЇНА ТА НІМЕЧЧИНА: МЕДІАОБРАЗ КРАЇН У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті розглянуто особливості формування медіаобразу України через висвітлення української проблематики в німецьких ЗМІ; визначено чинники, що впливають на його створення та зумовлюють його нестабільність. Вивчено специфіку медіаобразу Німеччини у засобах масової інформації України, вказано на його залежність від сприйняття українцями «носіїв іміджу» країни, одним із яких є канцлер Ангела Меркель.

Ключові слова: комунікативний простір, засоби масової інформації, риторика публікацій, медіаобраз, стандарти журналістики.

Der Artikel befasst sich mit den Besonderheiten der Mediengestaltung der Ukraine durch Berichterstattungen ukrainischer Probleme in deutschen Medien. Die Autorin hat Einflussfaktoren festgestellt, die die Entstehung dieser Mediengestaltung beeinflussen und auf ihre Instabilität wirken. Es wird die Spezifik der Mediengestaltung von Deutschland in ukrainischen Medien untersucht. Unter anderem wurde darauf hingewiesen, dass die Mediengestaltung von Deutschland in ukrainischen Medien davon abhängig ist, wie Ukrainer den Träger des Image des Landes wahrnehmen, eine von denen ist die Bundeskanzlerin Angela Merkel.

Stichwörter: Kommunikationsraum, Massenmedien, Veröffentlichungsrhetorik, Mediengestaltung, Normen der Journalistik.

Вступ. Сьогодні в контексті розгляду питання про можливість приєднання України до Євросоюзу важливо говорити про необхідність українсько-європейських зв'язків у сфері масової комунікації. Особливо зважаючи на те, що закордоном в Україні склався досить-таки негативний

імідж, насамперед тому, що свого часу вона не була належною мірою інтегрована до глобального комунікативного простору. Відтак, завдяки світовим ЗМІ Україна асоціювалась переважно з Чорнобильською катастрофою, тотальною корупцією, порушенням прав людини (через політично мотивовані судові процеси) та економічною відсталістю і низьким рівнем життя. І хоча публікації в зарубіжних виданнях про спортивні досягнення та успіхи на Євробаченні в 2004, 2007, 2008, 2013 рр. дещо покращили негативний медіаобраз країни, однак її імідж залишався досить низьким.

Відтак, виникає необхідність ширшої презентації України закордоном через засоби масової інформації. До того ж тісна співпраця українських та зарубіжних мас-медіа дасть змогу відкрити світові нову Україну – європейську державу, що поділяє демократичні цінності і стандарти, та краще розуміти геополітичні тенденції стосовно України.

Особливо важливим вбачаємо налагодження німецько-українських зв'язків у сфері масової комунікації, оскільки саме Німеччина була однією з перших європейських країн, які в 1991 р. визнали незалежність України, і сьогодні, у третьому тисячолітті, вона значною мірою визначає ключові погляди європейців у сприйнятті нашої держави.

Свого часу в «політичній біографії» України мав місце такий непривабливий факт: у 2013 р. державними службовцями презентацію країни у зарубіжних ЗМІ було зведено до рівня банальної «джинси», оскільки уряд екс-Президента України В. Януковича виділив бюджетні кошти на розміщення «замовних» публікацій про Україну (звісно, позитивного характеру) у провідних зарубіжних ЗМІ. Причому, як з'ясував журнал «Кореспондент», «під позитивними публікаціями» слід було розуміти й ті, що написані за «домовленістю з редакціями газет», тобто через купівлю рекламних площ...» [9]. Однак німецька державна радіостанція «Deutsche Welle», надіславши запити до провідних німецьких видань – «Die Zeit» та «Die Frankfurter Allgemeine Zeitung», – спростувала таку можливість, запевнивши, що німецькі медіа піклуються про свою репутацію, тому не зможуть прийняти подібну

пропозицію. Водночас журнал «Кореспондент» навів думку президента мюнхенської піар-агенції Achelis & Partner Public Relations, Т. Ахеліса, який зауважив, що «імідж України на Заході гірший, ніж вона є насправді» і що «позитивний потік інформації з України все ж таки потрібен» [9].

І хоча з того часу минуло вже два роки, ситуація змінилась незначно, про що свідчить і публікація у швейцарській газеті *Neue Zürcher Zeitung* від 5 грудня 2015 р., де сказано, що «Європа відкрила для себе сутність України після Революції гідності, але європейці майже нічого не знають про країну та українців в цілому та сформували багато кліше» [4; 10].

Отже, усе вищесказане ще раз підтверджує необхідність налагодження Україною цивілізованих масово-комунікаційних зв'язків з іншими країнами, щоб мати змогу відновити свою репутацію у цій сфері та надати можливість зарубіжним ЗМІ презентувати її як державу на засадах і принципах якісної журналістики. Важливим також є те, що німецькі журналісти так само стурбовані питаннями дотримання якісних стандартів у своїй роботі та збереження довіри до них з боку читацької аудиторії, адже, згідно з даними американського онлайн-ресурсу LiveLeak, 63% німців не довіряють висвітленню подій в Україні, яке їм пропонують німецькі медіа [11]. Такий стан справ пов'язують з впливом російської пропаганди, яка виходить на міжнародні медіа-ринки і робить спроби формувати громадську думку іноземних громадян щодо України через свої ресурси, зокрема через телеканал *Russia Today*, який уже відкрив своє представництво в Берліні [8].

Проблему формування міжнародного медіаобразу України та ролі ЗМІ в цьому процесі порушували деякі науковці, які працюють у сфері політології та соціальних комунікацій (Н. Ващенко [1], О. Володченко, Н. Габор, С. Денисюк [2], В. Кондратська, В. Корнієнко, С. Кулик, І. Стукан, І. Сопіга [5], А. Стряпко [6], О. Яхно [7] та ін.), розглядаючи ЗМІ насамперед як чинник позиціонування іміджу України на зовнішньополітичній арені та як чинник інформаційного забезпечення зовнішньої політики держави. Розумінню інформаційного іміджу України в німецьких друкованих ЗМІ присвячено лише незначні розвідки,

зокрема праця І. Стукан та І. Сопіги [5]. Н. Ващенко [1] займалась вивченням німецької преси на предмет висвітлення української тематики в аспекті формування геополітичної стратегії ЄС щодо України. Аналізом публікацій у німецьких ЗМІ займались також і журналісти-практики, зокрема Д. Дуцик, головний редактор сайту MediaSapiens (ГО «Телекритика») [3]. Крім того, оглядом зарубіжних, у тому числі й німецьких, публікацій щодо України (однак без оцінних характеристик) займається Український кризовий медіа-центр, який було створено у березні 2014 р. та одним із завдань якого є надання об'єктивної інформації про події в Україні як внутрішній аудиторії, так і світовій спільноті [4]. Розвідок щодо медіаобразу Німеччини в українських ЗМІ наразі немає, так само, як і досліджень, які б давали комплексне бачення і розуміння окреслених питань, що й зумовлює актуальність теми.

Хронологічним рамками дослідження взято 2012–2015 рр., оскільки саме в цей період в Україні відбулись події, які визначили її зовнішній та внутрішній курс у політиці, місце на геополітичній карті світу та, відповідно, викликали хвилю публікацій у зарубіжних медіа: Євро-2012, ув'язнення Ю. Тимошенко, Революція гідності, самоусунення В. Януковича від влади, «газова війна» з Росією, анексія Криму, агресія з боку Росії на Сході України.

Мета дослідження – вивчити особливості формування іміджу України через висвітлення української проблематики в німецьких медіа та створення у засобах масової інформації України медіаобразу Німеччини в контексті політичних змін 2012–2015 рр.

Результати дослідження. Так склалося, що геополітичне розташування України сприяє тому, що події, які відбуваються в її внутрішньому та зовнішньому житті, є соціально значущими для інших країн, тому стають предметом уваги зарубіжних ЗМІ, зокрема й німецьких медіа. Відтак, особливу увагу провідних німецьких засобів масової інформації привертають події в Україні, що мають політичний характер. Найбільше Україні приділяють увагу такі провідні німецькі медіа (як традиційні, так і їх аналоги в Інтернеті): «FAZ», «Die Welt», «Di Zeit»/«Zeit.de», «Spiegel»/«Spiegel.de», «Tageszeitung»/«Taz.de»,

«[Der Tagesspiegel](#)», «Sueddeutsche Zeitung», «[Der Standard](#)», «Focus-Online», радіостанція «Deutsche Welle» (державна радіостанція та телеканал, яка мовить на закордоння). Тут подано як власне бачення журналістами ситуації в Україні, так і інтерв'ю з українськими політиками (у тому числі й від опозиції), для яких ЗМІ є платформою для висловлення своїх поглядів, а також письменниками, які виконують роль своєрідного «рупора» українського суспільства (Ю. Андрухович, С. Жадан, О. Забужко та ін.). Окремий пласт публікацій, що теж мають вплив на сприйняття України закордоном, становлять матеріали, пов'язані з проведенням книжкових форумів, літературних фестивалів, однак кількісно їх частка є значено меншою, що цілком зрозуміло в контексті актуальності тих подій, що наразі відбуваються в Україні.

Загалом слід відзначити, що сьогодні медіаобраз і України, і Німеччини формується крізь призму поведінки обох держав на політичній арені, яку активно висвітлюють ЗМІ: для українців важливо бачити в Німеччині союзника і стратегічного партнера, тому в українських медіа активно обговорюється питання співпраці та водночас приділяється пильна увага відносинам Німеччини з Росією як політичним опонентом України; для німецьких громадян важливо з'ясувати, що насправді відбувається в Україні, якою є роль або статус тих чи інших українських політиків (як, наприклад, у випадку з Ю. Тимошенко: «мученик» чи олігарх («Spiegel» – <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-126954539.html>)), хто винен у конфлікті, що триває на Сході України, суть дипломатичних відносин з Росією, моніторинг змін у всіх сферах та галузях в контексті можливого сприйняття України як повноправного партнера Євросоюзу. Відтак, риторика німецьких медіа змінюється хвилеподібно: від несхвальних відгуків у зв'язку з Євро-2012 до захоплення під час Революції гідності («Die Welt» – http://www.welt.de/print/die_welt/debatte/article124950482/Die-neue-Ukraine.html), а згодом – до нерозуміння деяких дій і навіть засудження й певного розчарування.

Можна виокремити певні «сплески» у висвітленні німецькими ЗМІ подій в Україні, що безпосередньо формували її образ. Починаючи з 2012 р. і протягом

майже всього 2013 р. спостерігалась негативна риторика публікацій, пов'язана з підготовкою до Євро-2012 та його закінченням. Зокрема, висловлювались сумніви щодо можливості української влади гарантувати безпеку уболівальникам після вибухів у Дніпропетровську, які розглядали як теракти, що загрожують проведенню Єврочемпіонату («Spiegel.de» – <http://www.spiegel.de/politik/ausland/ukraine-anschlagsserie-schockiert-gastgeber-der-fussball-em-a-830221.html>); простежувалась ідея бойкоту Євро-2012 через порушення прав людини внаслідок вибіркового правосуддя відносно політичних опонентів В. Януковича (публікації, присвячені голодуванню Ю. Тимошенко та її побиттю охоронцями у в'язниці); критика після проведення Євро-2012, у т.ч. інфраструктури, особливо цінової політики українських готелів, важкодоступності Інтернет-послуг, незнання населенням іноземних мов («Tageszeitung» – <http://taz.de/Antisemitismus-in-Lemberg/!5091627/>). Однак з кінця 2013 р. і до початку 2014 р. у німецьких медіа з'являються публікації, що формують образ нової України, – держави, яка готова відстоювати європейські цінності (свободу, гідність); простежується певне захоплення подіями на Майдані, що переросли в Революцію гідності; засуджується анексія Криму Росією та зроблено акцент на підтримці України. Подальші публікації про Україну, датовані 2014 р., відзначаються не повним розумінням ситуації, присвячені ескалації насильства на Сході країни та збройному протистоянню, катастрофі Боїнга 777 над зоною конфлікту («Sueddeutsche Zeitung» – <http://www.sueddeutsche.de/news/politik/konflikte-niederlande-legen-abschlussbericht-zu-flug-mh17-vor-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-151013-99-00257>; <http://www.sueddeutsche.de/news/politik/konflikte-ukraine-und-niederlande-wollen-schuldige-von-mh17-absturz-bestrafen-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-151013-99-08542>). Багато публікацій стосуються виборів Президента, однак матеріали часто позначені словами-маркерами: «конфлікт», «криза», що створює негативні тенденції у сприйнятті України як «проблемної зони» на карті Європи, хоча загалом такої, що має підтримку світової спільноти. Тут слід відзначити, що, крім усього іншого, Україні важко витримувати інформаційне

протистояння з Росією в зарубіжному інформаційному просторі, оскільки Російська Федерація в 2014 р. відкрила в Берліні представництво телеканалу Russia Today та здійснює агресивну пропаганду стосовно України, тобто, власне кажучи, активно формує негативний образ нашої країни за допомогою медіа. Свідченням цього є публікації на сайті видання «Spiegel.de» (<http://www.spiegel.de/politik/ausland/krim-krise-nationalisten-stiften-tataren-zu-anschlaegen-an-a-956033.html>) про нібито звернення українських націоналістів до татар із закликами до вчинення терактів проти російського населення. І хоча Україна робить спроби врівноважити ситуацію, зокрема відкриттям у мережі німецького кабельного провайдера Unitymedia українського англomовного новинного телеканалу Ukraine Today (травень 2015 р.) та шляхом створення мультимедійної платформи іномовлення України (що передбачено Законом «Про систему іномовлення України» від 08.12.15 р.), їй необхідно завоювати довіру іноземних громадян, довівши незалежність інформаційного мовника від власника, тобто продемонструвати незаангажованість контенту та дотримання принципів і стандартів якісної журналістики, а не пропаганди. Саме тому наразі серед медійників-практиків дискусійним залишається питання статусу медіаплатформи: державне телерадіомовлення (що власне і передбачено згаданим Законом) або суспільний мовник.

Що стосується публікацій 2015 р., присвячених Україні, то в німецьких медіа, крім висвітлення подій, які відбуваються на Сході, та демонстрації розуміння і підтримки, активно обговорюється питання політичної культури в Україні: наводяться факти, пов'язані з конфліктом між народним депутатом С. Барною та А. Яценюком («Tageszeitung») – <http://www.taz.de/Politische-Kultur-in-der-Ukraine/!5258649/>), ненормативною полемікою між М. Саакашвілі та А. Аваковим («Frankfurter Allgemeine Zeitung» – <http://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/europa/die-ukraine-zwei-jahre-nach-viktor-janukowitsch-13994344.html>); висвітлюється тема пошкодження ліній постачання електроенергії з материкової України до Криму («Deutsche Welle» – <http://www.dw.com/de/ukraine-stoppt-warenlieferungen-auf-die-krim/a-18869647>).

Автори публікацій не схвалюють дії української сторони («не можна вирішувати політичну ситуацію за рахунок жителів Криму»), однак вважають, що санкції проти Росії за незаконну анексію півострова знімати не слід («Deutsche Welle» – <http://www.dw.com/uk/німеччина-закликала-україну-розслідувати-пошкодження-леп/a-18868867>). У німецьких ЗМІ піднімається питання порушення в Україні демократичних свобод, що відбувається під прикриттям боротьби із сепаратизмом («Tageszeitung» – <http://taz.de/Kommentar-Ukraine/!5035488/>); публікації висвітлюють низький рівень вакцинації проти поліомієліту в Україні та вказують на відсутність контролю за її проходженням («Der Standard» – <http://derstandard.at/2000023581373/Ausbruch-Kinderlaehmung-in-der-Ukraine>).

Через такий зміст публікацій на сторінках ЗМІ продовжують залишатись слова-маркери з негативною конотацією: «криза» («Deutsche Welle» – <http://www.dw.com/de/ukraine-stoppt-warenlieferungen-auf-die-krim/a-18869647>), «конфлікт», «корупція», «олігархи», «махінації» («Süddeutsche Zeitung» – <http://www.sueddeutsche.de/politik/ukraine-taumelnder-premier-1.2780661>), – усе це змінює позитивну риторику і створює образ країни, в якій залишаються ті самі проблеми, що й до Євромайдану.

Що стосується медіаобразу Німеччини, який створюють українські ЗМІ, то він формується завдяки різній тематиці, але є «тріада», яка становить основну частину публікацій: Євро-2012; участь у врегулюванні конфлікту між Україною та Росією (зокрема, через призму політичного образу А. Меркель); вирішення проблеми з біженцями. Протягом 2011–2012 рр. медіаобраз Німеччини у цілому зумовлювали дискусії навколо Євро-2012: українські медіа засуджували німецьких політиків і тамтешні ЗМІ, які говорили про бойкот Єврочемпіонату. Таке змішування політики та спорту формувало образ мало не політичного опонента. (http://dt.ua/POLITICS/merkel_ne_pustit_ministriv_na_matchi_evro-2012_do_ukrayii,_-_nimetski_zmi.html). Негативне забарвлення мали публікації в українських ЗМІ, що висвітлювали ставлення українських політиків до заяв

А. Меркель, зокрема з боку тодішнього прем'єр-міністра М. Азарова, який назвав заяву канцлера Німеччини про наявність диктатури в Україні некоректною

(http://dt.ua/POLITICS/azarov_ne_zgoden_z_merkel_niyakoyi_diktaturi_v_ukrayini_nemaie.html) або твердження Партії регіонів про «безцеремонне втручання

А. Меркель у політику України»

(http://dt.ua/POLITICS/merkel_bezseremonno_vtruchaetsya_v_politiku_ukrayini_-_partiya_regioniv.html).

Подібна риторика зберігалась і в 2013 р., однак була вже дещо пом'якшена, адже Україна задекларувала курс на євроінтеграцію, а отже, необхідно було налагоджувати зв'язки з країнами-партнерами, у тому числі й із застосуванням медіа. Це також доводять і дії уряду, спрямовані на покращення іміджу України шляхом вищезгаданих «замовних» публікацій про Україну. Водночас не обійшлося без пильної уваги до проведення виборів у Німеччині та образу А. Меркель («Дзеркало тижня» – <http://gazeta.dt.ua/international/vibori-v-nimechchini-yak-matinka-skazala-tak-i-bude-.html>). Останніми роками Німеччина завдяки українським медіа сприймається насамперед у контексті підтримки/схвалення чи невідтримки/несхвалення подій, що відбуваються в Україні. Так, починаючи із 2014 р., Німеччина в більшості новин українських медіа – це одна з країн – лідерів Євросоюзу, що підтримує Україну в її прагненні до змін та бере активну участь у вирішенні конфлікту на Сході України. На формування позитивного медіаобразу впливають публікації про допомогу в лікуванні та реабілітації поранених військовослужбовців («День» – <http://www.day.kiev.ua/uk/news/181115-ukrayina-ta-nimechchyna-obgovoryly-viyskovu-spivpracyu>; «Gazeta.ua» – http://gazeta.ua/articles/life/_nimci-zbirayut-dopomogu-ukrayini-aktivnishe-nizh-ukrayinci-volonterka-z-nimechchini/667610); про можливість виділення коштів для відновлення інфраструктури Донбасу («День» – <http://www.day.kiev.ua/uk/news/131015-nimechchyna-gotova-vidilyty-500-mln-yevro-na-vidnovlennya-donbasu-poroshenko>); про перспективи співпраці та партнерства («Європейська правда» – <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/09/30/70>

38885/; «Українське радіо» – <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=10877>); про економічну і гуманітарну солідарність між Україною та Німеччиною («День» – <http://www.day.kiev.ua/uk/news/041115-nimechchyna-nadast-ukrayini-mayzhe-650-mln-yevro-na-dekilka-proektiv>). В українських медіа, з посиланням на німецькі ЗМІ, траплялися публікації, які засвідчували неоднозначне ставлення до України з боку Німеччини, зокрема твердження про те, що Німеччині не можна «втрачати сусідів-росіян через Україну» («Дзеркало тижня» – http://dt.ua/UKRAINE/ukrayinci-blizhchi-susidi-dlya-nimciv-nizh-rosiyani-tagesspiegel-157567_.html).

Публікації про ставлення Німеччини до біженців та мігрантів є різними за характером, однак завдяки тому, що дописи негативного характеру (наприклад, про зростання кількості актів насильства щодо мігрантів у Німеччині – <http://www.day.kiev.ua/uk/news/051115-u-nimechchyni-cogo-roku-kilkist-aktiv-nasylstva-shchodo-migrantiv-zroslo-vtrychi>) чергуються з позитивними (<http://www.day.kiev.ua/uk/news/021015-nimechchyna-organizovuye-kursy-nimeckoyi-movy-dlya-100-tysyach-migrantiv>) – навіть в одному виданні, – суттєвого впливу на зміну усталеного образу країни вони не мають. Однак слід відзначити, що українські медіа, які мають представництва в мережі Інтернет, керуючись, імовірно, прагненням привабити онлайн-читачів, іноді, коли говорять про Німеччину, вдаються до певної сенсаційності в заголовках, тоді як риторика самих публікацій за своєю суттю є абсолютно нейтральною. Наприклад: у виданні «Ipress.ua» до заголовка винесено тезу «Німеччина не хоче бачити у себе біженців зі Східної Європи», але публікація не відзначається такою ж категоричністю і акцент у ній зроблено саме на економічних мігрантах та зловживанні ними правом на отримання притулку. (http://ipress.ua/news/nimechchyna_zaklykala_yes_obmezhyty_kilkist_bizhentsiv_zi_shidnoi_yevropy_10186.html).

На нашу думку, роль своєрідного «морального цензора» для українських медіа часто виконує першоджерело, з якого взято інформацію, тобто якщо українські видання подають публікації щодо Німеччини з негативним

забарвленням, то з обов'язковим посиланням на зарубіжні ЗМІ, у тому числі й німецькі: «Deutsche Welle», «Zeit Online», «Der Spiegel». Особливо це характерно для «Дзеркала тижня»: «Канцлер Німеччини Ангела Меркель фактично зруйнувала надії України на перспективу членства в Євросоюзі своєю промовою перед німецьким парламентом» (за матеріалами The Wall Street Journal) (http://dt.ua/POLITICS/merkel-ruynuye-nadiyi-ukrayini-na-yeuropeyskema-ybutnye-wsj-173419_.html); «Незважаючи на конфлікт в Україні, Росія і Німеччина відновили “Петербурзький діалог” – Der Spiegel» (http://dt.ua/WORLD/nezvazhayuchi-na-konflikt-v-ukrayini-rosiya-i-nimechchina-vidnovili-peterburzkiy-dialog-der-spiegel-170147_.html).

Оскільки в українських ЗМІ найчастіше позиція Німеччини висвітлюється через призму образу А. Меркель, то можна стверджувати, що саме вона є «носієм іміджу» своєї країни. Відтак, спостерігаються певні зміни медіаобразу Німеччини залежно від того, як висвітлюють українські ЗМІ відносини між канцлером Німеччини (а відтак, і Німеччиною в цілому) та українськими політиками. Так, у період президентства В. Януковича це були звинувачення в некоректності та втручанні у внутрішню політику України, про що вже було сказано; закиди у суб'єктивності (пропозиція Віталія Кличка розмежовувати ставлення до України та особисто до В. Януковича – http://dt.ua/POLITICS/angela_merkel_hoche_bachiti_ukrayinu_v_evropeyskiy_simy_i.html); позиціонування А. Меркель як «залізного канцлера», що обирає політику «маленьких кроків»; останніми роками – як впливового політика, який має «рекордну популярність у Німеччині» («Преса України» – <http://uapress.info/uk/news/show/89077>) та від якого залежить і успішне вирішення конфлікту на Донбасі, і подальша співпраця з Україною та її прийняття чи неприйняття європейською спільнотою у майбутньому.

Висновки. Отже, медіаобраз України в німецьких медіа залежав, як мінімум, від двох причин: 1) від позиції Німеччини стосовно України в контексті змін у її внутрішній політиці (наприклад, визнання режиму В. Януковича диктаторським; схвалення Революції гідності як прагнення українців жити за

європейськими стандартами; незрілість громадянської політичної культури, гальмування реформ та прояви корупції); 2) від впливу російської пропаганди на німецьке суспільство та, відповідно, висвітлення німецькими ЗМІ подій, що відбуваються в Україні.

Медіаобраз Німеччини в українських ЗМІ в основному також залежав від позиції, яку займає Україна щодо Німеччини, але вже як відповідь на дії та санкції останньої. Інакше кажучи – від політичних сил, які перебувають при владі в Україні, та, відповідно, дипломатичних стосунків між країнами. Тому медіаобраз Німеччини в українських ЗМІ дещо «корегувався»: від звинувачень в упередженості до можливості побудови рівноправних партнерських стосунків. Загалом, на нашу думку, він все одно залишається відносно стабільним, оскільки зумовлений визнанням Німеччини як економічно потужної і впливової європейської країни та її послідовним дотриманням обраного курсу в зовнішній і внутрішній політиці, тоді як «хвилеподібне» зображення України німецькими ЗМІ (від неприйняття до схвалення та знову до стриманої риторики) було спричинене різкими змінами у внутрішній українській політиці. Публікації останніх років в українських медіа щодо Німеччини мають позитивне забарвлення (підтримка нею європейських ініціатив з боку України, допомога в лікуванні та реабілітації українських військовослужбовців, активна позиція у вирішенні конфлікту на Сході країни) і, незважаючи на висвітлення українськими ЗМІ «неприємних» тем (стосовно бойкоту Євро-2012 з боку німецьких політиків через порушення прав людини в Україні; заяв щодо диктаторського режиму В. Януковича), медіаобраз Німеччини в основному залишається стабільним: стримано позитивним у 2012–2013 рр. та оптимістично позитивним у 2014–2015 рр. Відносну «позитивність» медіаобразу Німеччини в 2012–2013 рр. (період правління В. Януковича) загалом можна пояснити, на нашу думку, двома причинами: 1) небажанням української влади втрачати стратегічно важливого і впливового в європейських колах партнера, особливо з огляду на те, що Україна декларувала свої наміри вступити до Європейського Союзу; 2) висвітленням українськими ЗМІ зовнішньої політики Німеччини, яка

продовжувала базуватись на європейських цінностях (підтримка слабших країн Євросоюзу (Греції), позиція щодо Сирії та біженців).

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у детальному вивченні комунікативних практик українських та німецьких медіа, що є засобом вироблення стратегії ефективної презентації країн.

Література

1. Ващенко Н.М. Геополітичні вектори ЄС щодо України на сторінках німецької преси [Електронний ресурс] / Н.М. Ващенко // Електронна бібліотека Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1543>.
2. Денисюк С. Імідж України у внутрішньополітичних і геополітичних контекстах сучасності [Електронний ресурс] / С. Денисюк, В. Корнієнко // *Studia politologica Ucraino-Polona*. – 2014. – Вип. 4. – С. 93–100. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2014_4_13.
3. Дуцьк Д. Евро-2012 как пиар-катастрофа. Обзор немецкой прессы [Электронный ресурс] / Д. Дуцьк // Клуб журналистов «Бять» [сайт]. – Режим доступа: <http://yat.in.ua/topic/6/814>.
4. Огляд німецьких ЗМІ про ситуацію в Україні (30 листопада – 6 грудня) [Електронний ресурс] / Йорг Дрешер ; Український кризовий медіа центр. – Режим доступу: <http://uacrisis.org/ua/38336-deutsch-30-november-bis-6-dezember-2015-was-deutschsprachige-medien-zur-ukraine-berichteten>.
5. Стукан І.П. Імідж України у французьких і німецьких друкованих засобах масової інформації [Електронний ресурс] / І.П. Стукан, І.С. Сопіга // Науковий блог Острозької академії : [сайт]. – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2010/imidzh-ukrajiny-u-frantsuzkyh-i-nimetskyh-drukovanyh-zasobah-masovoji-informatsiji/>.
6. Стряпко А. Україна очима німецьких ЗМІ [Електронний ресурс] / А. Стряпко // Агенція іміджу України : громадська організація : [сайт]. – Режим доступу: <http://www.imagency.org.ua/projects/analytics/24490-2/>.

7. Яхно О.М. Україна в сучасному геополітичному просторі (політико-медійний аспект) : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня к.політ.н. – К., 2006. – 20 с.
8. Шляхи захисту якісної журналістики в епоху безпрецедентного росту пропаганди [Електронний ресурс] / Міжнародний фонд «Відродження». – Режим доступу: http://www.irf.ua/knowledgebase/news/shlyakhi_zakhistu_yakisnoi_zhurnalistiki_v_epokhu_bezpretsedentnogo_rostu_propagandi/.
9. DW: «Позитивні» публікації про Україну. Покращення іміджу чи «джинса»? [Електронний ресурс] // Кореспондент. Net. – 22 серпня 2013. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/dw/1595017-dw-pozitivni-publikaciyi-pro-ukrayinu-pokrashchennya-imidzhu-chi-dzhinsa>.
10. Die Ukraine und ihre vertrackte Identität. Arbeit an den Stereotypen [Electronic resource]. – Retrieved from <http://www.nzz.ch/feuilleton/arbeit-an-den-stereotypen-1.18657794>.
11. Poll: 63% of Germans dont trust Ukraine coverage by German media Read more at [Electronic resource]. – Retrieved from http://www.liveleak.com/view?i=1d2_1421879122#I4izEX4wKUpA4P47.99
http://www.liveleak.com/view?i=1d2_1421879122.

Опубліковано:

Ukrainische Wissenschaft im europäischen Kontext. Deutsch-ukrainische Wissenschaftsbeziehungen: Sammelband / redigiert von D. Blochyn. – München, 2016. – 9. Band. – S. 377–383.

/ Українська наука в європейському контексті. Німецько-українські зв'язки : матеріали Міжнародної наукової конференції : збірник наукових праць / уклад. і заг. ред. Д. Блохин. – Мюнхен, 2016. – Т. 9. – С. 377–383.