



политика

О.М.Хауер-Тюкаркина ДИСКУРС НАЦИОНАЛЬНОГО В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ОБЩЕСТВЕ

Ключевые слова: Германия, нация, национальная идентичность, дискурс национального

Несмотря на популярные рассуждения о размывании государственного суверенитета в условиях глобализации, а также о снижении значимости национального по сравнению с глобальным или транснациональным, проблематика национального сохраняет свою актуальность для многих современных государств. Это связано не в последнюю очередь с геополитическими изменениями конца XX в.: новый миропорядок по-иному поставил и вопрос о роли государства в мировой политике. Можно ли рассматривать государство в качестве самостоятельного игрока или же оно лишилось ключевых полномочий, превратившись не более чем в звено в глобальной цепочке международных акторов, действия которых подчинены воле транснациональных организаций? Не ведет ли стирание пространственных и культурных границ к утрате национального?

Как ни странно, в современных условиях роль национального усиливается. Это своего рода реакция на глобализацию. Правительства проводят всевозможные кампании по стимулированию национальной идентичности, в кругах интеллигенции не затихают дискуссии о путях ее поддержания и развития. На уровне внешней политики проблематика национального находит выражение в усилиях, направленных на формирование позитивного образа страны за рубежом и повышение ее репутационного капитала, в программах по продвижению национальной культуры, языка и т.д.

Для Германии тема национального является особенно болезненной, что, бесспорно, связано с теми трагическими событиями, которые стране пришлось пережить в XX столетии, — от искажения представления о национальном и постановки знака равенства между нацией и расой до более чем сорокалетнего разделения на два государства, принадлежавших к противостоявшим политическим блокам.

Формирование немецкой нации и немецкого национального самосознания происходило не линейно, а в результате постоянных турбулентностей: милитаризм Пруссии помог создать «единую» Германию (пусть это единство тогда присутствовало только на бумаге, а не на уровне массового сознания); спекулируя на ложно понятом патриотизме, Вильгельм II мобилизовал немцев на войну за имперские амбиции правящих кругов; униженное положение Германии после поражения в Первой мировой войне породило жажду реванша, чем воспользовались

национал-социалисты, ввергшие страну и мир в новую войну; почти полувековое существование двух Германий и, наконец, окончательное объединение страны. Все перечисленное можно назвать «надломами», ведь речь шла о резком изменении вектора развития, что, в свою очередь, вносило громадные коррективы как в национальное самосознание немцев, так и в образ Германии внутри страны и за рубежом.

Сегодня в Германии наблюдается своего рода ренессанс национального. Об этом свидетельствуют многочисленные попытки руководства страны переосмыслить уроки прошлого и заново сформировать соответствующий дискурс, призванный ознаменовать новую веху в истории объединенной демократии в центре Европы. Правительству Германии надо отдать должное — не замалчивая существующие проблемы, оно действует согласно правилу: чтобы преодолеть трудность, ее нужно четко осознать, проанализировать причины ее возникновения, а затем искать решение. А трудностей в современном немецком обществе немало, начиная с провала политики мультикультурализма и заканчивая усилением правого экстремизма на территории бывшей ГДР.

В связи с этим нельзя не упомянуть скандально известную книгу немецкого политика Тило Саррацина «Германия самоликвидируется»¹, издание которой стоило автору карьеры. Книга вызвала резкую критику со стороны представителей различных политических сил, включая канцлера ФРГ Ангелу Меркель², что, впрочем, не помешало ей мгновенно превратиться в бестселлер.

Одной из проблем современной Германии Саррацин считает плачевное состояние немецкой национальной идентичности. Немцы гордятся тем, что они европейцы, демократы, что они принадлежат к тому или иному кружку, союзу и т.д. Но принадлежность к немецкой нации вызывает у них совсем иные чувства:

«Чувствую привязанность к Родине? — Да!

“Локальный” патриот?³ — Конечно!

Европеец? — В любом случае!

Космополит? — Да, ведь сегодня так должно быть.

Немец? — Только когда болею за сборную по футболу, в остальных случаях быть немцем стыдно»⁴.

Данный феномен можно считать закономерным следствием политики денацификации, проводимой после Второй мировой войны. По сути, немецкая национальная идентичность оказалась сведена исключительно к ее культурному аспекту, что нашло выражение в концепте культурной нации (Kulturnation), основой которой является наличие общего языка, общей истории, традиций, обычаев и т.д. Абсолютно очевидно, что мы имеем здесь дело с попыткой минимизировать ассоциации с той искаженной трактовкой национального, которая стала причиной мировой катастрофы. Однако ограничивать понятие «немецкая нация» только рамками культурной общности по меньшей мере рискованно, так как в этом случае нивелируются другие конституирующие элементы, позволяющие говорить о нации, а не о народе, жителях,

¹ Sarrazin 2010.

² *Оценивая суть «послания» Саррацина по предисловию к книге и описаниям в СМИ, Меркель заявила, что подобного рода стереотипные утверждения «глупы и делу не помогут» (см. Deutsche Zustände 2012: 52—53).*

³ *Речь идет о патриотизме в масштабах конкретной федеральной земли.*

⁴ Sarrazin 2010: 18.

населении. Современной Германии необходимо реставрировать утраченную национальную идентичность, чем осторожно и занимаются немецкие политики.

На трансформацию дискурса национального в современной Германии указывает, в частности, немецкая исследовательница Ирене Гётц. «Процессы де- и ренационализации, — отмечает она, — взаимообусловлены. Господствовавший в послевоенное время антинациональный дискурс самое позднее к 90-м годам сменяется национальной конъюнктурой, для которой характерны ток-шоу, симпозиумы, выставки, празднование юбилеев на тему национального. Конструкт национальной идентичности начинает трактоваться в рамках дискуссии о мигрантах, инсценироваться в рамках празднования национальных юбилеев... обсуждаться в ходе дебатов о введении двойного гражданства для мигрантов или о „ведущей культуре“ (Leitkultur)...»⁵

⁵ Götz 2011: 210.

Гётц пишет о появлении новой политической культуры федеративного гражданского государства, которое ставит во главу угла универсальные демократические ценности. Именно этот образ, а не образ «травмированной страны» транслирует сегодня Германия. Уходит в прошлое и ироническое отношение к нации, характерное для послевоенных лет⁶.

⁶ Ibid.: 16.

Интересно проследить смену дискурсов национального в Германии. В первые послевоенные десятилетия однозначно доминировала денационализация, предполагавшая почти полное табуирование тематики национального. К концу 1980-х годов процесс ренационализации усилился, достигнув кульминации в момент объединения страны.

Следует отметить, что на первом этапе объединение Германии привело не столько к единению народа, сколько к еще большему его разобщению. Оказавшись в одном государстве, восточные и западные немцы неожиданно для себя осознали, что их разделяет глубокая пропасть. На смену эйфории пришло ощущение того, что общность языка, культуры и довоенной истории бессильны перед лицом ментальных изменений, имевших место в двух Германиях после 1949 г. Перед страной встал вопрос: как склеить то, что когда-то было расколото? Решить эту проблему помогло «лечащее» воздействие времени. Выросли поколения, уже не заставшие двух Германий, понятия «осси» и «весси» стали анахронизмами, а правительство приложило все усилия, чтобы преодолеть экономическую отсталость «пяти новых земель» (Fünf neue Bundesländer). И хотя люди постарше до сих пор вспоминают ту эпоху, на уровне самовосприятия деление на восточных и западных немцев практически сошло на нет.

* * *

Дискурс национального — это совокупность бытийных особенностей нации, отражающих ее текущее состояние как общности индивидов, осознающих свою принадлежность к группе людей, проживающих

на определенной территории, имеющих единое историческое прошлое и общее будущее в пределах одного культурного, экономического, политического пространства. Дискурс национального имеет постоянное *ядро*, которое включает в себя символический капитал нации, ее культурные коды и архетипы, иными словами, все то, что послужило нации-образующим стимулом, а также *периферию*, охватывающую комплекс актуальных вопросов, характерных для конкретного этапа развития нации.

Ядро вбирает в себя основы бытийного профиля нации, который формируется в том числе и под влиянием других культур. Как отмечает известный американский психолог Эрик Эриксон, во время поиска новых политических ориентаций и преодоления кризиса идентичности (типичного, в частности, для возвращающихся с войны) выявляются «идентификационные пробелы», которые люди судорожно пытаются заполнить. Этот процесс Эриксон называет «поиском идентичностей» (search for identities)⁷.

⁷ *Цит. no: Meier 1988: 55.*

Очевидно, что подобные «пробелы» не всегда покрываются национальной идентичностью. Напротив, в обществе, переживающем кризис идентичности (а послевоенная Германия, бесспорно, относится к таковым) часто происходит подмена истинных идентичностей ложными. Особенно остро данная проблема встает в «обществе потребления», где человек-потребитель полностью отождествляет себя с такими же потребителями, не задумываясь о своей национальной, региональной и т.д. принадлежности⁸.

⁸ *Ibidem.*

Среди иностранных держав, повлиявших на немецкое национальное бытие и внесших свой вклад в заполнение «идентификационных пробелов» в послевоенной Германии, особенно выделяются Соединенные Штаты. США не просто служили для ФРГ опорой в политической и экономической сфере, они представляли в глазах немцев (прежде всего, западных) оплотом демократических ценностей, главным союзником в борьбе за объединение немецкого государства. Вспомним хотя бы известную фразу «Я — берлинец!» («Ich bin ein Berliner»), произнесенную президентом США Джоном Кеннеди на немецком языке в завершение речи, в которой он выразил солидарность с западными берлинцами после возведения Берлинской стены⁹. Или же знаменитые слова Рональда Рейгана «Снесите эту стену» («Tear down this wall»), с которыми он обратился к Михаилу Горбачеву 12 июня 1987 г., во время выступления на площади перед Бранденбургскими воротами¹⁰.

⁹ *Речь Дж. Кеннеди б.з.*

¹⁰ *Речь Р. Рейгана 1987.*

США дали приют беженцам из фашистской Германии. После Второй мировой войны они помогли ФРГ поднять экономику и восстановить страну. Но хотя Германия чувствует себя во многом обязанной Америке (в первую очередь за демократические перемены), на рубеже тысячелетий в немецком обществе стало нарастать стремление к освобождению от американских «культурно-цивилизационных пут»¹¹.

¹¹ *Максимычев 2009: 750.*

Послевоенный западногерманский трансатлантизм был обусловлен необходимостью любить тех, кто избавил немцев от фашизма и

защищает их от коммунистов. Однако после окончания холодной войны амбициозно-гегемонистская политика США перестала восприниматься как нечто не подлежащее критике, и Германия, к тому времени превратившаяся в крупного экономического и ключевого политического игрока в Европе, начала постепенно отходить от курса на безоговорочную поддержку «старшего брата». У нее появилось собственное мнение, не всегда совпадающее с мнением США. Как справедливо замечает российский исследователь Игорь Максимычев, отказ Берлина благословить американскую интервенцию в Ираке был бы немислим в условиях биполярного мира¹².

¹² Там же: 765.

О настроениях, набирающих силу в Германии, особенно среди образованных ее слоев, наглядно свидетельствует так называемая «Дуйсбургская декларация»¹³, с которой в 2004 г. выступила группа немецких ученых и общественных деятелей. Обосновывая необходимость пересмотра отношений, сложившихся в рамках трансатлантического альянса, авторы Декларации сформулировали три основных тезиса.

¹³ См. *Duisburger Erklärung s.a.*

1. Американская мечта угасла. Если раньше Америка была местом, где права человека и демократия ценились превыше всего, то сегодня ее политика (действия в обход ООН и т.д.) представляет угрозу мировому порядку.
2. Сила США не только в их собственной мощи, но и в слабости противесов. Отсюда — необходимость консолидации европейских стран для противостояния гегемонизму США.
3. Задача Европы состоит в том, чтобы повысить свой экономический и политический вес и открыто отстаивать собственную позицию, даже если она идет вразрез с установками Соединенных Штатов.

Несомненно, что Германия и США и сейчас остаются ключевыми партнерами во многих сферах (безопасность, экономика и др.). При всем том политика Германии после объединения становится все более трезвой и обдуманной, ставящей во главу угла не лояльность Америке, а национальные интересы.

Современная Германия является самостоятельным политическим актором, в основе внешнеполитического курса которого лежат ориентация на диалог между государствами, защита прав человека, уважение международных институтов (прежде всего ООН) и т.д. Имидж страны полностью выправился: отныне она воспринимается как влиятельный экономический и политический игрок, готовый отстаивать интересы единой Европы. Можно утверждать, что ФРГ переживает сегодня культурное возрождение, для которого характерны пересмотр сложившихся ценностей, наращивание символического капитала, а также придание новых смыслов зачастую забытым или же подмененным иностранными традициям.

Как уже говорилось, *периферия* дискурса национального охватывает комплекс наиболее актуальных вопросов, стоящих перед нацией. Применительно к современной Германии к таким вопросам (прямо

влияющим на ее внутреннюю и внешнюю политику в сфере национального) относятся:

- оппозиция «национальное vs. транснациональное» в контексте глобализации;
- осознание национального внутри страны и формирование национальной идентичности;
- национальное в мультикультурном обществе, соотношение «ведущей» и «вторичных» культур, проблема интеграции мигрантов;
- выработка общегерманского «национального» манифеста, то есть политики в сфере развития национального самосознания граждан страны;
- соотношение де- и ренационализации в историческом контексте;
- использование маркетинговых технологий для трансляции национального за рубежом (национальный брендинг);
- национальное как основа имиджевой политики государства, нацеленной на увеличение его репутационного капитала на мировой арене;
- соотношение национального и европейского (кто мы прежде всего — немцы или европейцы?), трансформация концепта «Я — гражданин ЕС (единой Европы)» в исторической перспективе;
- осмысление национального прошлого и подходы к интерпретации исторического бытия нации;
- влияние набирающей силу регионализации на самовосприятие граждан страны («Я — баварец, а не немец»).

Помимо ядра и периферии дискурса национального можно также говорить о *внешней среде*, в которой он существует. Внешняя среда — это другие народы и страны, которые воспринимают национальный образ, транслируемый данной нацией. Для трансляции национального во внешнюю среду применяются разнообразные средства, но, поскольку эти средства во многом пересекаются с теми, что используются в расчете на внутреннюю аудиторию, представляется целесообразным рассмотреть их вместе.

* * *

В рамках курса на возрождение национальной идентичности правительство Германии уделяет особое внимание ознакомлению молодого поколения с историческим прошлым страны, будучи убеждено, что избавиться от «призраков прошлого» можно только открыто говоря о совершенных ошибках. Той же цели служит публичное обсуждение текущих проблем немецкого общества, включая такие, как окончательное преодоление раскола по линии «осси» — «весси» и интеграция мигрантов.

В отличие от прежних времен, когда немцы действительно стыдились быть немцами, предпочитая идентифицировать себя в качестве

«баварцев», «европейцев» или — еще лучше — «космополитов», а мировое сообщество с неодобрением воспринимало любое выражение ими своих национальных чувств, хорошо помня, чем эти чувства обернулись для мира в середине XX в., в современной ФРГ можно и должно говорить о нации и задаваться вопросами: кто мы, немцы, и какова роль нашей страны в мировой истории?

Следует, впрочем, отметить, что в подходе современных немцев к своему историческому прошлому сохраняется определенная однобокость. Предметом их гордости является исключительно ФРГ. Что касается ГДР, то вся история ее существования как бы «вырезана», «спрятана», ее стыдятся и стараются замолчать. О ГДР в современной Германии, как правило, вспоминают либо с насмешкой, рассказывая об особенностях быта в немецком сателлите СССР, либо в контексте критики антидемократического тоталитарного режима СЕПГ. Вместе с тем в среде бывших «осси» прослеживаются и ностальгические настроения: может, потребительских благ капитализма в ГДР и не было, зато точно была работа и место для ребенка в детском саду. Тоску по прошлому, связанному с ГДР, принято называть «остальгией» (Ostalgie).

Отмеченная тенденция отчетливо проявилась в ходе празднования 60-летия ФРГ (2009 г.) и 20-летия объединения страны (2010 г.). Наряду с подчеркиванием значимости этих двух событий в истории послевоенной Германии¹⁴, юбилейные торжества сопровождались трансляцией крайне негативного образа ГДР. Весьма показателен в этом плане ролик «Наши 60 лет»¹⁵, снятый в честь годовщины, где ГДР оказалась представлена только кадрами насилия и неправомерных действий по отношению к бастующим, а также отрывком интервью с охранявшими Берлинскую стену солдатами, рассказывавшими о том, что им было приказано любыми средствами, включая использование огнестрельного оружия, пресекать все попытки перебраться через нее.

Ответом на подобную однобокость в трактовке Восточной Германии стали многочисленные ролики, созданные к 60-летию ГДР¹⁶. И хотя часть роликов выполнена в сатирическом ключе, другие четко демонстрируют ностальгию по «старым добрым временам». Авторами всех роликов являются частные лица, что свидетельствует о том, что ГДР не забыта и многое из связанного с ней сохраняет свою ценность для тысяч восточных немцев, живущих сегодня в единой стране.

Как уже упоминалось, к числу острейших проблем современной Германии относится проблема мигрантов и их интеграции в немецкое общество. Несмотря на незатихающую полемику по этому поводу, официальный Берлин всячески подчеркивает свою приверженность принципу «единство в различии», причем не только на уровне ЕС, но и внутри страны. Помимо многочисленных программ, направленных на стимулирование интеграционных процессов, в ФРГ проводится последовательная кампания по продвижению идеи мультиэтнического народа, предполагающей признание интегрировавшихся в немецкое общество мигрантов полноправными его членами. Именно эту цель,

¹⁴ http://www.bmi.bund.de/DE/Home/startseite_node.html.

¹⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=NXWPBpJ-Jzs>.

¹⁶ См., напр. http://www.youtube.com/results?search_query=60+jahre+ddr&oq=60+jahre+ddr&gs_l=youtube-reduced.3...11639.16622.0.16921.12.10.2.0.0.1.664.1430.6j3j5-1.10.0...0.0...Iac.1.I9HvzoPSFio.

¹⁷ См. <http://www.freiheit-und-einheit.de/SharedDocs/Videos/FuE/Standardartikel/einheitsmelodie.html?nn=622512>.

вне сомнения, ставили перед собой авторы фильма «Мелодия единства» (Einheitsmelodie)¹⁷, созданного в 2008 г. для трансляции во время празднования Дня народного единства: одним из главных героев фильма является таксист с турецкой внешностью, который выказывает себя чуть ли не большим немцем (во всяком случае — немецким патриотом), чем этнические немцы.

* * *

Обратимся теперь к формам и средствам трансляции национального, последовательно рассмотрев основные уровни, на которых осуществляется такая трансляция: художественный, маркетинговый, бытовой, событийный, предметный и медийный.

Художественная трансляция национального предполагает создание художественных объектов, формирующих определенный образ государства и способствующих его популяризации посредством привлечения внимания общественности и СМИ. В качестве примера подобного подхода можно привести серию скульптур, возведенных в центре Берлина в преддверии чемпионата мира по футболу 2006 г. в рамках кампании «Аллея идей» («Walk of ideas»). Всего было установлено шесть скульптур, каждая из которых символизировала некое направление, отражающее достижения страны и изобретательский дух Германии. Яркие и запоминающиеся скульптуры были призваны подчеркнуть уникальность немецкого вклада в мировую науку, культуру и технологии (например, стопка гигантских книг, авторами которых являются великие немецкие мыслители; скульптурное изображение формулы Альберта Эйнштейна $E=mc^2$; 12-тиметровые футбольные бутсы, изобретением которых мир обязан Ади Дасслеру; и т.д.).

Маркетинговый уровень трансляции национального включает в себя различного рода кампании по национальному брендингу. Наглядным примером здесь служит проект «Invest in Germany» с участием всемирно известной модели немецкого происхождения Клаудии Шиффер. В рамках проекта был создан визуальный ряд — плакаты для наружной рекламы, рекламы в прессе, интернете и т.д. с изображением модели, облаченной в немецкий флаг, и слоганами «Тебе интересны серьезные отношения?» (текст под слоганом: «77 нобелевский лауреатов, наибольшее в Европе число университетов и исследовательских центров, квалифицированные кадры, разбирающиеся в технологиях будущего. Узнай больше о Стране идей») и «Следуй своим инстинктам: инвестируй в Германию» (текст под слоганом: «Родина „отца“ квантовой теории, изобретателей автомобиля и формата MP3 — а также создателя твоего будущего большого продукта?.. Хочешь узнать больше о Стране идей?») (см. рис. 1).

Рисунок 1 Плакаты с изображением Клаудии Шиффер¹⁸

¹⁸ *Patriotisch
erotisch 2010.*



Задействованная стратегия продвижения желаемого образа страны оказалась очень успешной, что, бесспорно, во многом связано с персонифицированностью кампании, «послом» которой выступала прославленная модель. Следует также отметить провокационную, «заигрывающую» форму трансляции «послания» — обнаженная Клаудия, задрапированная в немецкий флаг, сама по себе неизбежно привлекает внимание. Сочетание бизнес-направленности и провокационности — распространенный прием в маркетинге. Подобные кампании вызывают эмоции, а значит, запоминаются.

Интересен факт использования флага как центрального элемента трансляции национального.

На плакатах с Клаудией Шиффер, размещенных в различных странах мира, слово «Германия» упоминается только в слогане «Инвестируй в Германию». Вся коммуникация основана на флаге, который моментально дает реципиенту понять, что речь идет именно о данной стране.

Клаудия Шиффер выступает в качестве «посла» не только кампании, но и Германии в целом. Она «носит» флаг, тем самым как бы открыто заявляя: «Я немка и горжусь этим». Параллельно флаг, который метонимично обозначает всю страну, транслирует сообщение: в Германию стоит инвестировать, так как это страна передовых технологий с высоким уровнем образования, большим творческо-исследовательским потенциалом и т.д.

На *бытовом уровне* трансляция национального чаще всего происходит в форме визуализации. Это и вывешенные из окон флаги (примечательно, что отдыхающие за рубежом немцы часто вывешивают из окон гостиниц флаги своей страны), и элементы одежды с национальной символикой (см. *рис. 2*) или патриотическими надписями. К бытовому уровню трансляции национального следует также отнести использование государственного гимна в качестве рингтона на телефоне и т.п.

Рисунок 2 Носки с изображением немецкого флага¹⁹

¹⁹ <http://www.lander-ideen.de>.



Событийный уровень трансляции национального охватывает всевозможные праздники и фестивали, уходящие корнями в историю или посвященные важнейшим событиям в жизни страны, а также иные мероприятия, имеющие общенациональный характер. В качестве примера можно упомянуть празднование Дня народного единства или же знаменитый Октоберфест (Oktoberfest) — традиционный баварский праздник пива и сосисок с девушками в дирндлях²⁰ и мужчинами в кожаных штанах, который отмечается сейчас по всей Германии.

²⁰ *Dirndl* — баварский национальный женский костюм.

Своего рода вехой в процессе формирования национальной идентичности единой Германии стал чемпионат мира по футболу 2006 г. Формат международного спортивного состязания, предполагающий демонстрацию национальной атрибутики, позволил немцам выразить свои национальные чувства, не опасаясь прослыть националистами и не боясь ассоциаций с временами Гитлера²¹, что, бесспорно, внесло свой вклад в оздоровление их национального самосознания.

²¹ См. *Götz 2011*.

Как отмечает Гетц, спортивные мероприятия международного масштаба, включающие в себя карнавальные инсценировки с национальной атрибутикой (флаги, раскрашенные в национальные цвета лица, сувенирная продукция с национальной символикой и т.д.), способствуют переводу национального в разряд обыденного и нормального²². Кроме того, проводя подобные мероприятия, страна может

²² *Ibid.*: 48.

транслировать вовне «откорректированные национальные образы» (korrigierte nationale Selbstbilder), например образ гостеприимной страны с веселым, активным и дружелюбным населением²³.

Предметный уровень трансляции национального связан с возведением некоторых предметов в статус национальных символов. Для немцев это прежде всего знаменитый «жук» Volkswagen, а также футбольные бутсы марки Adidas. Стоит отметить, что для склонных к «остальгии» жителей бывшей ГДР таким «национальным символом», несомненно, является автомобиль Trabant (или просто Trabi, как его ласково называли в разговорной речи).

Медийный уровень трансляции национального отражает особенности подачи соответствующей тематики в массмедиа. Какой образ государства транслируют национальные СМИ? В какой тональности они пишут о его политике? Поддержка медийных акторов — ключевое условие успеха любой имиджевой кампании, направленной на трансляцию позитивного образа на внутреннюю и внешнюю целевую аудиторию.

* * *

Подводя итог, следует констатировать, что дискурс национально-го становится одним из наиболее актуальных для современной Германии. И здесь вслед за российским исследователем Борисом Орловым целесообразно процитировать известного немецкого историка Хагена Шульце: «Какое-то время жителям Западной Германии было комфортнее не знать истории, наслаждаясь действительностью с ее высокими показателями индустриального развития и не без некоторого удивления взирая на остальной мир, в котором властвовал принцип национальной идентичности и который должен был постоянно доказывать свою политическую эффективность <...> С падением Берлинской стены... появилось новое государство. Это государство должно было объяснить своим гражданам, как оно себя осознает. Мы должны себе и европейским соседям объяснить, что такое Германия, чем она может и должна стать»²⁴.

²⁴ Цит. по: Орлов 2012: 13.

Какова роль объединенной Германии на мировой арене и как страну воспринимают другие государства? Где кроются основы национального и как возродить утраченное чувство национальной идентичности? Постепенно все эти вопросы находят свое разрешение — где-то благодаря программам, инициированным правительством, а где-то под влиянием «лечащего» эффекта времени. «Государственная оболочка еще никогда не была достаточно прочной, всегда представляла собой только временное решение, промежуточную стадию на пути к утопии, которую можно осуществить лишь силой или вообще никак. Отсюда особенно невротические формы немецкого национализма и поиски немецкой идентичности», — отмечает Орлов. 3 октября 1990 г. с этим было

покончено, и сейчас «ФРГ является единственно мыслимой оболочкой немецкой нации»²⁵. Именно в рамках этой оболочки формируется новый дискурс национального, выступающий конституирующей основой современного немецкого общества.

Библиография

- Максимычев И.Ф.** 2009. Особенности германского культурно-цивилизационного ландшафта // Белов В.Б. (ред.) *Германия — вызовы XXI века*. — М.
- Орлов Б.С.** 2012. *Проблемы идентичности в современной Германии*. — М.
- Речь Дж. Кеннеди** (http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/june/26/newsid_3379000/3379061.stm).
- Речь Р.Рейгана в Берлине 12 июня 1987 г.** (<http://www.youtube.com/watch?v=WjWDrTXMgF8>).
- Deutsche Zustände.** 2012. № 10.
- Duisburger Erklärung.** *Traum und Albtraum Amerika — Die USA als Problem Europas* (<http://www.eurasischesmagazin.de/artikel/?artikelID=20040405>).
- Götz I.** 2011. *Deutsche Identitäten: Die Wiederentdeckung des Nationalen nach 1989*. — Köln, Wien.
- James H.** 1991. *Deutsche Identität, 1770—1990*. — Frankfurt a/M., N.Y.
- Meier Ch.** 1988. Was ist nationale Identität? // Gauly T.M. (Hrsg.) *Die Last der Geschichte. Kontroversen zur deutschen Identität*. — Köln.
- Patriotisch erotisch.** 2010 // *Sueddeutsche Zeitung*. 11.05 (<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/claudia-schiffer-patriotisch-erotisch-1.653610>).
- Sarrazin T.** 2010. *Deutschland schafft sich ab: Wie wir unser Land aufs Spiel setzen*. — München.