

sector of Wikipedia. For several centuries, France has been perceived as a country that generates fashionable socio-political and cultural trends all around the world: in this regard, there is a need for a special approach in the presentation of scientists in this sector. In addition to organizational and scientific achievements, in each promoted personality a key characteristic is outlined: “rector-warrior”, “rector-builder”, “rector-economist”, etc., which sets the tone for the whole image of the person, heroizes it.

Key words: heroization, Perm University, France, Wikipedia.

Алексей Васильевич Пустовалов, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Пермский государственный национальный исследовательский университет, theyareeverywhere@gmail.com

Присций Обли, студент Кокоди Модерн Колледж, Абиджан (Кот-д’Ивуар), priscilleobli@gmail.com

В. В. Сыченко

*Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»
Москва (Россия)*

**«УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ РИТОРИКА» ХАБИБА
И МАКРОНА КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КЕЙС
В МЕДИА-ДИСКУРСАХ «ОСКОРБЛЕНИЯ ЧУВСТВ
ВЕРУЮЩИХ» И «СВОБОДЫ СЛОВА»**

Французский кризис называют борьбой «свободы, равенства и братства» с «исламистским терроризмом». Грубая ошибка Макрона задала два медиа-дискурса: «оскорбление чувств верующих» и «защита свободы слова». Оба подхода непродуктивны. С позиции управленческой риторики изучение ролей и интересов сторон позволит увидеть внешний ресурс, который упускается исследователями из виду, при том, что именно он снимает некорректное противопоставление французского и мусульманского мира.

Ключевые слова: управленческая риторика, управленческая борьба, чувства верующих, ислам, свобода слова, «Шарли Эбдо», исламизм, правила коммуникации.

Постановка проблемы. Мы живем в мире конфликтующих дискурсов. С точки зрения статусов Х. Нурмагометов – чемпион мира по смешанным единоборствам, Э. Макрон – президент Франции. С точки зрения соцсетей, инстаграм Макрона популярен у 2,2 млн человек, у Нурмагометова – 25 млн подписчиков. Информационная атака Хабиба на Макрона открывает новую страницу противостояния официальных медиа и блогосферы.

Традиционное рассмотрение кейса в дискурсах «свободы слова» и «оскорбления чувств верующих» бесперспективно. В первом случае мы приходим к мысли, что свободу слова можно ограничить (самоцензура). Во втором, что «оскорбления чувств верующих» – тема для России относительно новая, трактуется по-разному, и медиа чаще рискуют.

Во Франции свободу слова поддерживают. В 2008 г. на «Шарли Эбдо» подали в суд католики (карикатуры на Папу Римского). Суд оставил иск неудовлетворенным. Мусульманская всемирная лига и Союз французских исламских организаций судились с еженедельником из-за «расистского характера карикатур». Редакцию оправдали [7].

Подчеркнем. У разных стран различаются культурные коды и картины восприятия мира. Ситуацию юридически корректно рассматривать по законам страны, где она происходит.

Методы. В качестве «исследовательской оптики» используем подход В. К. Тарасова, методолога «управленческой борьбы». Он понимал под ней – вербальную или визуальную борьбу за роль или внешний ресурс в обществе [6]. Автор выделяет **деловую борьбу, когда** выгода у сторон одна, и они ее делят в поединке. **Позиционная борьба,** если у субъектов разное понимание выгоды, они маневрируют, выбирая момент для деловой борьбы.

Важна и управленческая риторика (терминология – В. М. Шепель) – способность руководителя общаться, а также – публично руководить – в интересах страны, компании, команды [9].

Используем код менеджера (РАЕI) И. Адизеса, адаптированный нами под показатель полезности публичного выступления (далее – ПППВ) руководителя: результат (+/-), эффективность (+/-), лидерство (+/-), эффект бумеранга (+/-).

Вопросы исследования. Причины и поводы информационной атаки известного спортсмена президента Франции. Роли и интересы сторон. Результаты столкновения и прогноз развития ситуации.

Цель. Изучить управленческую риторику двух лидеров мнений в дискурсе управленческой борьбы за уважение к чувствам верующих и свободе слова, оценить показатель полезности публичного выступления руководителя.

Результаты исследования. Причины и поводы кризиса. Франция с населением 64 859 человек ежегодно принимает 400 тысяч человек [5]. Для ассимиляции государство применяет мультикультурную концепцию – *vivre ensemble* («жить вместе»), но мигранты понимают ее буквально: создают обособленные этнические сообщества со своими обычаями.

По данным РЕW, на конец 2017 во Франции проживало 5,7 млн мусульман. Демограф Франсуа Эран говорит о 8,4 млн, то есть 1/8 населения [5]. Разница в оценках из-за запрета указывать этническую и религиозную принадлежность лиц, родившихся в стране.

В стране сложились два лагеря: официальный светский, прошедший путь в борьбе с королями и католицизмом и получивший однополюсные браки, ярко выраженный индивидуализм, феминизм. И лагерь «мусульман», которые так и не стали «французскими». По менеджменту, равенства нет: мигранты подчиняются законам страны.

Третья сила. 1 марта 2006 года еженедельник *Charlie Hebdo* публикует «Манифест двенадцати» (известные деятели-беженцы из арабских стран) против нового вида тоталитаризма – исламизма (политического ислама).

Карикатуры здесь не просто отстаивание принципов свободы слова, а средство борьбы с тоталитаризмом, как «новой мировой угрозы для демократии после фашизма, нацизма и сталинизма» [11]. Но редакция не объясняет разницу между

исламом, как мирной религией, и исламизмом как агрессивным течением.

Аналогичную ошибку совершил и Макрон – перевел фокус религиозных фанатиков на ислам: «Ислам – это религия, которая переживает кризис во всем мире. Мы не верим в политический ислам, который несовместим со стабильностью и миром во всем мире» [1].

Эта грубая ошибка: первая часть фразы возмущает мирных мусульман и играет на руку радикальным исламистам, пытающихся использовать религию для оправдания терроризма и ищущих поддержку у медиа или блогосферы.

Оценки: результат (-1), эффективность (-1), лидерство (+1), эффект бумеранга (-1). ПППВ Э. Макрона: -3.

На цитату Макрона первыми среагировали президент Турции Р. Эрдоган, Муфтий Чечни С.-Х. Межиев, глава Чечни Р. Кадыров и спортсмен-мусульманин Х. Нурмухаметов.

За какие роли они бьются? Президенты Макрон и Эрдоган – лидеры государств. Кадыров претендует на звание одного из влиятельных мусульман мира. Межиев априори духовный лидер Чечни. А Нурмухаметов, вероятно, примеряет роль нравственного учителя молодых мусульман, как это было в случае с «отменой» концертов Е. Крида [7]. Так интересы трех участников связаны с расширением влияния на мусульманский мир.

«Что не так у Макрона с исламом и мусульманами? То, что глава государства так относится к миллионам мусульман в своей стране – это в первую очередь потеря контроля над разумом», – заявил Эрдоган [10]. Политик остается в правом поле - подает иск на еженедельник за карикатуры на него – но осуждает террористический акт.

Оценки: результат (+1), эффективность (+1), лидерство (+1), эффект бумеранга (+1). ПППВ Эрдогана: +4.

Муфтий Чечни выступил с неожиданно резким для духовного лидера заявлением (визуально – с флагом на фоне гор): «... Макрон, ты являешься террористом номер 1 в мире. Ты, оскорбляя нашего Пророка, оскорбляешь всех Пророков (мир им) и все религии. Макрон, ты самое унижительное существо, враг Всевышнего Аллаха, враг человечества, враг всех

мусульман, который не имеет никаких нравственных устоев и ценностей» [2].

Оценки: результат (-1), эффективность (-1), лидерство (+1), эффект бумеранга (-1). ПППВ Межиева: -3.

Заявление главы Чечни Р. Кадырова сдержаннее, но повторяет мысль муфтия: *«Я не знаю, в каком состоянии находился Макрон, делая это заявление, но последствия такой реакции могут быть очень трагическими. Президент Франции сам сейчас становится похож на террориста. Поддерживая провокации, он завуалированно призывает мусульман совершать преступления».* [3].

Оценки: результат (+1), эффективность (-1), лидерство (+1), эффект бумеранга (-1). ПППВ Кадырова: 0.

Пост Хабиба с портретом Макрона со следами ботинка на лице – непредсказуемая реакция, где нет ответственности блогера с аудиторией 25 млн подписчиков и должностью главы региона, о которой мечтают его молодые фанаты.

«Да обезобразит Всевышний лицо этой твари и всех его последователей, которые под лозунгом свободы слова оскорбляют чувства более полутора миллиарда верующих мусульман. Да унижит их Всевышний в этой жизни, и в следующей. Аллах скор в расчёте, и вы это увидите» [4].

При этом влияние Хабиба трудно переоценить – на фото массовых демонстраций молодых мусульман многие воспроизводят его пост.

Оценки: результат (-1), эффективность (-1), лидерство (+1), эффект бумеранга (-1). ПППВ Хабиба: -3.

Итог полемики кратко подводит Макрон: *«Во Франции нет проблем ни с одной религией! Я видел слишком много лжи, я хочу быть ясным: то, что мы делаем во Франции, – это борьба с терроризмом, который делается во имя ислама, а не исламизма. Он унес жизни более 300 наших сограждан!» [12].*

Выводы. Выигрывают руководители и медиа, кто остается корректным в публичном пространстве. Герои кейса демонстрируют политическую риторику, уходящую от фактов в сторону имиджей, когда каждый следующий шаг становятся безвозвратным. Обе стороны настроены воинственно, потому что каждой

кажется, что она способна в этом споре победить. Однако это пустое.

Мы имеем дело с процессом героизации участников. Это вторая пустота. Смерть ради идеи – часть войны, но ничто в сравнении с рутинным духовным преодолением проблем в мирное время.

Парадоксальность ситуации в том, что оппоненты выступают за ислам как мирную религию. Макрон хочет силами Франции превратить ее в «просвещенный ислам», что странно, поскольку у него нет на это никаких юридических и моральных полномочий.

Мусульманский мир выступает против исламофобии (а почему не за доверие к исламу?), однако конфессии нужно четко отстраиваться и осуждать исламизм-терроризм при любой возможности.

Над миром нависла угроза, которая нейтрализуется только сообща. Опираясь на это твердое, можно договариваться о правилах регулирования рынка СМИ – с уважением к чувствам верующих, и соблюдением правил страны, в которую люди мигрируют.

Список литературы

1. Джгаркава, Н. «Они не пройдут»: Макрон начал кампанию против исламистов / Н. Джгаркава. – Текст : электронный // Газета.ру. – [сайт] – 20 окт. – 2020 – URL: https://www.gazeta.ru/politics/2020/10/19_a_13324723.shtml (дата обращения: 05.11.2020).
2. Заявление на официальном аккаунте в Инстаграм Духовного управления мусульман Чечни / – Текст : электронный // Instagram. – [сайт] – 30 окт. – 2020. – URL: <https://www.instagram.com/p/CG0I-pPF4vO/> (дата обращения: 05.11.2020).
3. Кадыров, Р. Макрон, прекрати, пока еще не поздно, провокации и нападки на веру / – Текст : электронный // Instagram. – [сайт] – 27 окт. – 2020. – URL: <https://www.instagram.com/p/CG1-NVtFFkV/> (дата обращения: 05.11.2020)
4. Прокофьев, В. А ведь Де Голль предупреждал / В. Прокофьев // Российская газета. – 22.10.2020. – Текст : непосредственный.
5. Тарасов, В. К. Искусство управленческой борьбы. Технологии перехвата и удержания управления. / В. К. Тарасов. – Москва: Добрая книга, 2014. – Текст : непосредственный.

6. Хабиб об отмене концерта Крива в Махачкале из-за угроз: «Невелика потеря» / – Текст : электронный // Спортс.ру. – [сайт] – 09 сен. – 2018. – URL: <https://www.sports.ru/boxing/1066816757.html> (дата обращения: 05.11.2020).

7. Хабиб Нурмухамедов / – Текст : электронный // Instagram. – [сайт] – 30 окт. – 2020 – URL: <https://www.instagram.com/p/CG9t9IU0eZ/> (дата обращения: 05.11.2020).

8. Шайхитдинов, Т. В. Тема религии в контексте нормативных теорий прессы / Т. В. Шайхитдинов. – Текст : непосредственный // Ученые записки Казанского университета. – Казань: Гуманитарные науки, 2015: – Том 157, кн. 4 – С.127–135.

9. Шепель, В. М. Человеческая компетентность менеджера. Управленческая антропология / В. М. Шепель. – Москва.: Народное образование, 1999. – 432 с. – Текст : непосредственный.

10. Эрдоган грубо ответил Макрону на предложение создать «просвещенный ислам» » / – Текст : электронный // Взгляд. – [сайт] – 24 окт. – 2020 –URL: <https://yandex.ru/turbo/vz.ru/s/news/2020/10/24/1067115.html> (дата обращения: 05.11.2020).

11. «Charlie Hebdo» contre l'islamisme / – Текст : электронный // Libération – [сайт] – 1 фев. – 2006. – URL: https://www.liberation.fr/planete/2006/03/01/charlie-hebdo-contre-l-islamisme_31563 (дата обращения: 05.11.2020).

12. Macron Emmanuel. / – Текст : электронный // Instagram. – [сайт] – 2 нояб. – 2020. – URL: <https://www.instagram.com/p/CHVcrEdos5c/> (дата обращения: 05.11.2020).

V. V. Sychenkov
National Research
University «Higher School of Economics»
Moscow (Russia)

**KHABIB AND MACRON'S «MANAGERIAL RHETORIC»
AS AN EDUCATIONAL CASE IN THE MEDIA DISCOURSES
«INSULTING THE FEELINGS OF BELIEVERS»
AND «FREEDOM OF SPEECH»**

The French crisis is described as a struggle of «freedom, equality and fraternity» against «Islamist terrorism». Macron's blunder set two media discourses: «insulting the feelings of believers» and «protecting freedom of speech». Both approaches are unproductive. From the point of view of managerial rhetoric, the study of the roles and interests of the parties will allow us to see an external resource that is overlooked by researchers, despite the fact that it removes the incorrect contrast between the French and Muslim world.

Key word: managerial rhetoric, managerial struggle, respect for the feelings of believers, freedom of speech, «Charlie Hebdo», Islam, Islamism, rules of communication

Сыченков Владимир Владимирович, кандидат филологических наук, доцент Департамента медиа Факультета коммуникаций медиа и дизайна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», vsychenkov@hse.ru

В. А. Шакиев, Н. А. Ахметьянова
Башкирский государственный университет
Уфа (Россия)

РОЛЬ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО БРЕНДА ГЛАВЫ БАШКИРИИ

В статье раскрываются механизмы формирования политического бренда главы Башкирии сетевыми изданиями республики. Объектом исследования стала информационная повестка региональных электронных изданий, в частности, сайтов информационного агентства «Башиформ» – bashinform.ru и i-gazeta.com, а также ряд других республиканских изданий.

Ключевые слова: сетевые издания, электронные СМИ, социальные сети, аккаунт.