

Ю. С. Томова Y. S. Tomova
Москва, Россия Moscow, Russia

**ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО
ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ
КРИЗИСНОГО СОБЫТИЯ**

**OUTLINING OF THE POSITIVE IMAGE
OF THE STATE
IN CASE OF CRISIS EVENT**

Аннотация. Вопрос формирования позитивного образа государства актуален с точки зрения внутренней и внешней политики каждой страны. Цель данной статьи заключается в сопоставлении образов России, Германии и США, формируемых в дискурсе лидеров этих государств. Методом исследования является сопоставление публикаций официальных сайтов президентов по поводу трагических событий, соотносимых по своей социальной значимости (два теракта и массовая давка на фестивале). Президенты Германии и США выступали с публичными обращениями, находили в событии положительную составляющую, связанную с утверждением традиционных ценностей и сплочением народа. Президент России не делал по поводу теракта публичного обращения, на своем сайте представлял ситуацию нейтрально, без явных призывов к сплочению на основе традиционных ценностей.

Abstract. The issue how to create the positive image of the state stays relevant both for the internal and the foreign policy of each government. The aim of this investigation is to compare the images of Russia, Germany and the USA that were created in the presidential discourses. The method of the study includes comparative analysis of the publications from the presidents' official Internet sites concerning three similar accidents (two acts of terrorism and fight at the festival). In their public addresses the presidents of Germany and the USA tried to find in the events positive elements usually connected with the manifestation of traditional values and the unity of people. The president of Russia did not make a public statement on the act of terrorism, on his web site he presented the situation neutrally without any appeals to unity on the basis of the traditional values.

Ключевые слова: образ государства; образ России; образ США; образ Германии; интернет-СМИ; президентская риторика.

Key words: image of the state; image of Russia; image of the USA; image of Germany; online mass-media; presidential rhetoric.

Сведения об авторе: Томова Юлия Сергеевна, аспирант, кафедра общего и сравнительно-исторического языкознания, филологический факультет.

About the author: Tomova Yulia Sergeevna, Post-graduate Student, Department of General and Comparative Linguistics, Philological Faculty.

Place of employment: Moscow State University.

Место работы: Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова.

Контактная информация: 119991, г. Москва, Ленинские горы, ГСП-1, 1-й ГУМ, к. 955.
e-mail: yuliatomova@gmail.com.

Кризисная риторика как разновидность публичных выступлений президента начала активно развиваться в Америке в XX в., особенно в связи с возрастанием роли СМИ в общественной жизни (так, в период с 1945 по 1975 г. количество публичных речей увеличилось почти на 200 %) [Тазмина 2001: 33, 105]. Со временем роль риторики в представлении кризисного события укрепилась, и стало возможным говорить о том, что само кризисное событие создается риторически [Там же: 64].

Аргументация кризисной риторики ориентирована на объединение народа вокруг той политики, которую объявляет президент [Там же: 72]. Основной целью публичного выступления президента является снижение тревожности общества. Достижению данной цели способствует обращение к позитивному образу государства, который, помимо прочего, может удовлетворять информационные потребности людей, задавать систему

ценностей и формировать картину мира [Федякин 2009: 60].

На первый взгляд позитивный образ государства кажется второстепенным для выступлений по поводу кризисного события. Однако кризисные обращения являются составным элементом систематической государственной политики, для которой формирование позитивного образа государства является основной целью.

Задавшись целью проанализировать образы России, США и Германии, формируемые лидерами этих стран, мы отобрали материалы, в которых раскрываются три кризисных события, сопоставимых по общественной значимости:

1) взрывы в московском метрополитене 29 марта 2010 г., в результате которых погиб 41 человек, 88 были ранены;

2) массовая давка 24 июля 2010 г. на «Параде любви» в г. Дуисбурге (Германия),

в результате которой погиб 21 человек, пострадало более 500;

3) взрывы на финише бостонского марафона в США 15 апреля 2013 г., в результате которых погибли 3 человека, пострадали 264.

Являясь, безусловно, трагичными, данные события различаются по тональности: с одной стороны, перед нами террористический акт, являющийся выражением определенного политического протеста или фактом необоснованной жестокости (в России и США), с другой — массовая давка, ставшая следствием неэффективной организации мероприятия (в Германии). Подобное различие предполагает расстановку разных информационных акцентов.

Все три события произошли в период политической стабильности. Статистические данные показывают относительно равные показатели доверия к президентской власти: уровень доверия к президенту РФ Д. А. Медведеву — между 53 и 48 % (март — апрель 2010 г.), к президенту США Б. Обаме — 49—50 % (апрель 2013 г.), к президенту ФРГ К. Вульффу — 51 % (август 2010). Приведенные показатели доверия, одобрения являются относительными величинами, полученными в ходе исследований разными социологическими центрами в разных странах, и мы не сопоставляем эти данные между собой.

Источником материалов для анализа стали официальные интернет-страницы президентов. Выбор источника обусловлен следующими соображениями.

1. В условиях доступности большого объема информации создается «информационный шум», возникает проблема поиска достоверного источника информации. Именно характер содержания СМИ является решающим при выборе того или иного ресурса [Лукина 2013: 22].

2. Среди электронных источников политического дискурса официальный сайт президента является наиболее авторитетным, он служит для информирования аудитории об официальной позиции власти относительно того или иного события. Для нас важно, что материалы официального сайта президента государства позволяют проанализировать образ государства, свободный от комментариев и мнений журналистов, т. е. тот образ государства, который создает сама власть.

Отобранные материалы характеризуются жанровым разнообразием. Среди них есть обращения президентов, новости, интервью, стенограммы совещаний. Особое внимание мы уделяли наличию выступления президента перед широкой аудиторией, так

как своим выступлением он повышает значимость ситуации для общества.

Тема взрывов в московском метрополитене на официальном сайте президента России раскрывается в восьми публикациях: в пяти новостях, двух стенограммах совещаний и тексте одного документа (Указ Президента). С публичным обращением по поводу трагического события президент России Д. А. Медведев не выступал. То есть все его высказывания по теме произошедшего трагического события являются неподготовленными репликами. На сайте приводятся цитаты от первого лица, являющиеся ответными реакциями президента на доклады о происходящих событиях. Приведем несколько примеров: *Предотвращение таких террористических актов — это сложное дело, как и обеспечение безопасности на транспорте. Нужно существенно усилить то, что делается, посмотреть на эту проблему в государственном масштабе.* Кризисная ситуация описывается при помощи нейтральных знаков (*сложное дело*). В данном высказывании проявляется также стремление представить действия власти. Однако отсутствие деталей проводимой политики (не сказано, что конкретно делается и как это усилить), а также синтаксический строй предложения вместе с его лексической неполнотой (кем делается, кому нужно) препятствуют созданию какого-либо образа.

Стремление отразить деятельность органов власти присутствует и в других высказываниях президента: *Линия на подавление террора в нашей стране и борьбу с терроризмом будет продолжена. Мы продолжим и операции против террористов без колебаний и до конца.*

Данное высказывание построено с использованием классической для политического дискурса оппозиции «свой — чужой». Позиция «чужого» оформлена однородными членами, предполагающими перечисление. Однако однородными членами являются существительные *террор* и *терроризм*, близкие по лексическому значению, что делает синтаксическую распространенность избыточной.

Оппозиция «свой — чужой» развивается при помощи анималистической метафоры (*это просто звери*) и поддерживается эмоциональными обещаниями их наказать: *мы их найдём и всех уничтожим; дотла*. Стоит отметить, что подобные эмоциональные высказывания встречаются только в одной публикации, посвященной посещению президентом места событий.

Публикации из раздела «Новости» формируют о состоявшихся телефонных

разговорах или совещаниях. Эти сообщения нацелены на отражение процесса функционирования власти (руководители государственных структур докладывают, а президент дает поручения).

С точки зрения стилистики обращает на себя внимание частое использование клишированных выражений в информационно насыщенных предложениях, следующих сразу после заголовка публикации: Глава государства **поручил** <...> **держат** расследование терактов **на постоянном контроле** и **докладывать** <...>; Правительству **поручено оказать** необходимую **помощь** <...>; Дмитрий Медведев также **поручил усилить меры** безопасности <...>; Ранее руководители <...> **доложили** главе государства **о мерах по оказанию помощи** раненым и **ходе расследования** терактов в метро.

Большое количество устойчивых смыслообразующих компонентов приводит к содержательной предсказуемости новостных текстов. В рамках данного кризисного события коммуникацию президента России можно охарактеризовать как ритуальную в том смысле, что сам факт публикации имеет большее значение, чем ее содержание.

В целом официальный сайт президента России функционирует как информационное агентство: обновление новостей происходит оперативно; сами публикации краткие; ситуация оценивается преимущественно нейтрально (*сложное дело; расследование; меры безопасности; проблема*); при оформлении информационно насыщенных предложений используются клишированные выражения; высказывания от первого лица приводятся только в стенограммах совещаний; обращение президента отсутствует. Характер трагической ситуации требует от руководителя государства коммуникации, и она осуществляется, но ее содержание не способствует укреплению позитивного образа государства. Свидетельством неэффективности данной коммуникации могут являться и социологические показатели: уровень одобрения деятельности президента РФ существенно снизился с 53 % в марте до 48 % в апреле (по данным Левада-центра).

Для представления о вариативности реализации образа государства в рамках кризисного события обратимся к материалам официального сайта президента Германии.

Трагическая тема давки на музыкальном фестивале в Германии отражена в десяти публикациях, среди которых пять новостей, три интервью и два публичных выступления президента. Официальный сайт президента Германии в рамках анализируемого события функционирует как многожанровый ресурс: на

сайте представлены и нейтральные по модальности новости, и перепечатки интервью президента, опубликованных в других изданиях, и тексты его официальных обращений.

Большая часть высказываний президента реализует основную функцию кризисной риторики — снижение тревожности общества. Ритуальные по содержанию и разнообразные по форме выражения утешения основаны на идее сплочения: *...in der Not stehen wir **zusammen**. Ihr seid in eurer Trauer **nicht allein**. — ... в беде мы **объединяемся**. В вашем горе вы **не одиноки**.*

Идея сплочения подкрепляется идеей общей ответственности. С одной стороны, ответственность представляется как необходимость поиска виновных в происшествии: *...ich auf eine **lückenlose Aufklärung** hoffe, und diejenigen, die **Fehler gemacht haben**, sollten dafür auch die **Verantwortung übernehmen**. — ...я надеюсь на **исчерпывающее расследование**, и те, кто совершил ошибку, должны будут **взять на себя ответственность**.* В данном примере мы можем наблюдать, что президент опасается проявлять активную агональность в отношении виновных в происшествии и осторожно определяет их как тех, «кто совершил ошибку».

С другой стороны, ответственность определяет сплочение граждан для оказания помощи пострадавшим: *Trauerarbeit braucht **Gemeinschaft**. — **Скорбь требует единения**.*

С точки зрения функциональной типологии знаков политического дискурса в данном случае мы наблюдаем проявление семиотической интеграции, которая обладает положительной эмотивностью. Однако сами высказывания реализуют ритуальную функцию и являются ожидаемой реакцией на трагическое событие. Обратим внимание на те особенности президентской коммуникации, которые способны повлиять на формирование позитивного образа государства.

Трагедия на фестивале оценивается как катастрофа, но при этом отсутствует нагнетание оценок с негативным смыслом. Вместо этого в оценке произошедшего события акцентируется роль помощников, оказавших первую помощь пострадавшим, а само происшествие президент предлагает обозначить синонимом добровольной помощи: *Es wäre richtig, wenn Duisburg auch zum **Synonym für spontane und rettende Hilfe** vieler Hunderter Menschen würde. — Было бы верным, если бы Дуисбург стал **синонимом спонтанной и спасительной помощи сотням людей**.*

Этой параллелью стремление переориентировать аудиторию на положительные эмоции не ограничивается. Президент

Вульффф часто обращается к традиционным ценностям: национальной культуре и традициям, толерантности, философскому осмыслению жизни и смерти. Подобная регулярность в обращении к ценностям свидетельствует о положительной эмотивности высказываний президента и его нацеленности на сплочение аудитории. Таким образом, можно заключить, что коммуникация президента Германии в связи с кризисным событием реализует функцию интеграции общества.

Как показали примеры, высказывания президентов по поводу кризисного события могут быть по-разному организованы и начинаться разным намерением. Однако представление о вариативности кризисной президентской коммуникации было бы неполным без анализа речевой деятельности президента США. Как было указано выше, американская президентская риторика давно использует понятие кризиса для провозглашения президентской политики. Проследим, какие лингвистические особенности характеризуют высказывания президента Б. Обамы по поводу взрывов на финале марафона в Бостоне.

Данная тема послужила поводом для пяти публичных выступлений президента США. На официальном сайте эти выступления анонсируются и цитируются в форме авторского блога, в других разделах можно ознакомиться с текстом, аудио- или видеозаписью самого выступления.

Комплексное представление информации с учетом разных каналов восприятия (визуального, аудиального, аудиовизуального) позволяет сделать ее доступной для максимального количества людей. Эта особенность соотносится с разнообразными запросами интернет-аудитории.

Принцип организации и представления информации позволяет нам предположить наличие большего потенциала для привлечения внимания аудитории по сравнению с официальными ресурсами президентов РФ и ФРГ. Для того чтобы понять, как реализуется этот потенциал, обратимся к содержанию выступлений.

В обращениях Б. Обамы произошедшее событие представляется через призму личного опыта: *Like you, Michelle and I have walked these streets. Like you, we know these neighborhoods. And like you, in this moment of grief, we join you in saying: Boston, you're my home. For millions of us, what happened in Monday is personal. It's personal.* — **Как и вы**, я с Мишель ходил по этим улицам. **Как и вы**, мы знаем эти окрестности. **Как и вы**, в горестные минуты мы вместе говорили: „Бостон, ты мой дом“. Для миллионов

из нас то, что случилось в понедельник — личное. Это личное.

При помощи анафоры президент соотносит себя с обычными людьми, а сложная синтаксическая структура подчеркивает, что траур по жертвам взрывов — его личное переживание. Несмотря на то что данное высказывание нацелено на утешение, оно отличается от традиционных ритуальных формул.

Будучи представителем не только американского народа, но и американской власти, Б. Обама не ограничивается выражением эмоциональных переживаний и сочувствия, он дает обещание найти и наказать по закону виновных: *...we will get to the bottom of this. And we will find out who did this; we'll find out why they did this. Any responsible individuals, any responsible groups will feel the full weight of justice.* — *...мы доберемся до сути. Мы узнаем, кто это сделал, мы узнаем, почему они это сделали. Любое ответственное лицо, любые ответственные группы ощутят всю тяжесть правосудия.* Президент не отделяет себя от представителей власти, которые должны осуществлять расследование: многократное использование личного местоимения 1 л. мн. ч. подчеркивает вовлеченность всех представителей власти в расследование и их общую ответственность.

We continue to mobilize and deploy all appropriate law enforcement resources to protect our citizens, and to investigate and to respond to this attack. — *Мы продолжаем мобилизовать и использовать все соответствующие ресурсы для того, чтобы защитить наших граждан, провести расследование и ответить на эту атаку.*

При помощи однородных глаголов передается деятельность, осуществляемая властью как реакция на произошедшее событие. При этом выбрана такая форма представления информации, что президент сам сообщает о проводимых действиях своей аудитории — народу. Вовлеченность президента в деятельность по расследованию произошедшего и защите граждан также выражается личным местоимением «мы».

Произошедшее событие Б. Обама определяет как *гнусный и малодушный акт (a heinous and a cowardly act), акт терроризма (an act of terrorism).*

Президент Б. Обама положительно оценивает деятельность полиции, ФБР и представителей местной власти (*величайшие подвиги — the tremendous acts of heroism*), он поощряет не только деятельность в рамках конкретного происшествия, а вечные ценности: доброту, щедрость и любовь (*kindness, generosity and love*).

Отдельное выступление президента посвящено чествованию волонтеров: *The main message... is just to say how proud the whole country is of you... how grateful we are...* — *Основной посыл... — просто сказать, как сильно вся страна гордится вами... как мы благодарны...*

Таким образом, количество знаков агрессии (агональности) по отношению к преступникам существенно уступает количеству знаков интеграции, используемых для характеристики традиционных ценностей, описания действий власти и волонтеров. Основными ценностями, актуализируемыми при реакции на кризисное событие, являются независимость государства, его безопасность, справедливость (обоснованная не только юридически, но и морально — с опорой на Священное Писание), а также высшая ценность — патриотизм и национальное единение.

Как показало исследование, несмотря на различные смысловые акценты трагических событий, произошедших во время фестивалей в Германии и марафона в США, президенты этих государств придерживаются сходной модели формирования образа государства в условиях кризиса. В обоих случаях находится положительная составляющая события (деятельность волонтеров, государственных служащих), которая акцентируется в восприятии трагической ситуации как проявление лучших человеческих качеств — традиционных ценностей общества. Оба президента выступали с публичными обращениями, что также повышает статус события.

Схожая кризисная ситуация в России не стала поводом для обращения президента,

поэтому анализ осуществлялся на материале новостей, спонтанных высказываний президента в ходе совещаний и других мероприятий. В целом на официальном сайте президента России кризисная ситуация представляется с помощью нейтральных знаков; обращение к традиционным ценностям и проявление намерения сплотить аудиторию в явной форме не представлены.

ИСТОЧНИКИ

1. *Официальный сайт президента Германии*. URL: <http://www.bundespraesident.de/> (дата обращения: 01.09.2013).
2. *Официальный сайт президента России*. URL: <http://www.kremlin.ru/> (дата обращения: 01.09.2013).
3. *Официальный сайт президента США*. URL: <http://www.whitehouse.gov/> (дата обращения: 01.09.2013).
4. *Социологические исследования Левада-центра*. URL: <http://www.levada.ru/> (дата обращения: 01.05.2014).
5. *Социологические исследования Infratest Dimap*. URL: <http://www.infratest-dimap.de/> (дата обращения: 01.05.2014).
6. *Социологические исследования Gallup*. URL: <http://www.gallup.com/> (дата обращения: 01.05.2014).

ЛИТЕРАТУРА

7. *Лукина М. М.* Интернет-СМИ: теория и практика : учеб. пособие. — М. : Аспект Пресс, 2013.
8. *Тазмина А. Т.* Проблемы современной американской президентской риторики. — Абакан : Изд-во Хакас. гос. ун-та, 2001.
9. *Федякин А. В.* Зарубежный опыт политики формирования позитивного образа государства: сравнительный анализ теории и практики. — М. : МИИТ, 2009.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. С. Н. Кузнецов.