

Светлана ШИЛИНА

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ОТНОШЕНИЙ ГОСУДАРСТВА И ОБЩЕСТВА

В статье рассматривается управленческий дискурс как технология коммуникации в системе отношений власти и общества. The article discusses the management discourse as the technology of communication in the system of relations between authority and society.

Ключевые слова:

управленческий дискурс, технология, коммуникация, система отношений, власть; managerial discourse, technology, communication, system of relations, power.

Властные интенции в демократическом правовом государстве реализуются на коммуникативном уровне с помощью различного рода документов – дискурсов. Управленческий дискурс может быть рассмотрен как коммуникативная технология, где в качестве «операционных инструментов» выступают языковые средства. При этом под дискурсом следует понимать «цельный текст, актуализация которого обусловлена множественными факторами, в том числе и социальными». Дискурс обозначает «коммуникабельность текста как ткани, фактуры, структуры многообразных языков информации. Дискурс рассматривается как разновидность речевой коммуникации, в которой обсуждаются и обосновываются любые значимые аспекты действий, мнений, высказываний ее участников»¹. Адекватный набор языковых средств предопределяет успех или неуспех в решении конкретных коммуникативных задач и целей, которые в данном случае находятся в области отношений государства и общества.

Жанрово-языковые характеристики публичных управленческих дискурсов обуславливаются типичным для любого текста набором коммуникативно важных компонентов, а именно: где, кто, что, кому, как, с какой целью сообщает², а также их параметрами.

В характеристиках речевой ситуации, используемой сегодня субъектами государственной власти, находит конкретное отражение демократизация всех сфер общественной жизни, что естественным образом сказывается и на появлении новых жанров управленческих дискурсов, и на арсенале языковых средств, используемых в них.

В актуальном для изменившихся социальных условий коммуникативном поле органично выглядит такая современная форма коммуникативного взаимодействия субъектов высшей государственной власти и общества, как послания президента Федеральному собранию. Принципиально новой формой коммуникативного взаимодействия в сфере отношений государства и общества стали предвыборные статьи В.В. Путина. В статьях предвыборного цикла предметом выступают все области государственно-общественной жизни, целеполаганием выступает намерение положительным образом повлиять на ситуацию в управленческой сфере.

¹ Шарков Ф.И. Современные маркетинговые коммуникации : словарь-справочник. – М. : Альфа-Пресс, 2006, с. 64.

² Диброва Е.И. Коммуникативно-когнитивная модель текстопорождения // Семантика языковых единиц. Доклады V Международной конференции, т. 2. – М., 1996, с. 133–139.

ШИЛИНА

*Светлана Александровна – к.филол.н., доцент кафедры социологии, рекламы и связей с общественностью БГУ им. академика И.Г. Петровского
imsuck@rambler.ru*

Говоря о первом компоненте вышеприведенной коммуникативной формулы, т.е. о «где», стоит подчеркнуть: для статей в соответствии с современными общественными реалиями избран новый технологический прием, связанный со способом обнародования содержания дискурса. Статьи опубликованы в общедоступных многотиражных периодических изданиях и приурочены к выборам президента как наиболее важному для социально-политической жизни страны событию. Имеет место не только оперативность, но и «порционно-тематический» принцип подачи материала на газетной полосе. На наш взгляд, здесь просматривается практическая реализация принципа «пульсации информационного сигнала», описанного, в частности, Н. Луманом¹. За счет пульсации создается некая интрига, что способствует поддержанию общественного интереса к излагаемой информации. Одновременно индуцируется ее позитивное восприятие в силу содержательной законченности и относительной компактности каждой из статей, рассматривающей определенную грань общественного бытия. Этим же целям служит очевидная коммуникативная делокативность (содержание доведено до общества не путем оглашения текста с высокой трибуны, а с помощью печатных средств массовой информации).

Таким образом, в том компоненте коммуникации, который выше обозначен словом «как», в качестве коммуникативного канала избраны демократические средства массовой информации, за счет чего достигается положительный коммуникативный эффект.

Переходя к рассмотрению компонента «кто», сразу же подчеркнем: в своих статьях В.В. Путин выступает не только как претендент на власть, но и как действующий глава правительства, что предопределяет необходимость иметь в содержании статей, помимо «перспективной» части (программы на будущее), еще и «ретроспективную» (отчет о проделанной работе). И в этом смысле компонент «кто» коррелируется с компонентом «что». Поскольку названные компоненты отличаются большей, чем у предыдущего компонента («где»), конкретикой, они

требуют и более предметного анализа. Остановимся в качестве примера промежуточного анализа лишь на одной из статей, а именно на статье «Строительство справедливости. Социальная политика для России»².

Как следует из рассматриваемого дискурса, компонент «что» содержательно вбирает в себя лексически выраженный (предельно конкретизированный) перечень предполагаемых на будущее мер в социальной политике. Это поддержка слабых, ограничение бедности, повышение рождаемости, обеспечение «равного старта» и продвижения для каждого, реализация и развитие личности в трудовой деятельности, достойная оплата труда, формирование среднего класса, создание условий для развития малого и среднего бизнеса, устранение вызывающей разницы в доходах, создание комфортной среды проживания.

Столь же четко обозначены и детализированы такие сегменты социальной политики, как адекватное материальное вознаграждение за труд, достойное пенсионное обеспечение по достижении пенсионного возраста, качественное доступное образование, качественные современные медицинские услуги, всемерная поддержка культуры. Тем самым за счет данных рядов указаны векторы совершенствования социальной системы и намечены точки приложения властных управленческих усилий. Сформулированы и стратегические цели властного воздействия: повысить эффективность социальных расходов, придать социальное измерение экономике. Последовательно применяемая конкретика устраняет декларативность и порождает эффект реалистичности принимаемых обязательств, что сопряжено с обязательностью их воплощения в управленческих мерах со стороны субъектов власти. В качестве таковых выступают не только собственно субъекты федеральной, региональной и муниципальной власти, но и граждане России, реализующие свое управленческое усилие через различные демократические институты. Определяющим сигналом, объективирующим и поддерживающим в текстовом коммуникативном пространстве семантику коллегиального единства формали-

¹ Луман Н. Медиа коммуникации / пер. с нем. А. Глухова, О. Никифорова. — М. : Логос, 2005, с. 231.

² Путин В.В. Строительство справедливости. Социальная политика для России. // <http://putin2012.ru/#article-5>

зованных субъектов власти, в частности правительства, государственных учреждений и гражданского общества, выступает номинация «общегражданские усилия».

В рамках данного понятийного поля на уровне номинаций осуществляется дифференциация социальных сил и их социальных потенций: работодатели, объединения работодателей, крупные корпорации, бизнес-элиты, малый и средний бизнес, объединения предпринимателей, профессиональные ассоциации, креативный класс, медицинские, учительские, научные сообщества, научные школы, художественные коллективы, квалифицированные рабочие, производственные советы, профсоюзы, объединения людей с ограниченными возможностями здоровья, работники бюджетного сектора, специализированные компании, поставщики коммунальных услуг, сеть общественных организаций, соотечественники. С помощью данного коммуникативного приема решается важная тактическая задача — заинтересовать и активизировать деятельность всех, кто обязан или потенциально способен решать важнейшие социальные задачи, не полагая их находящимися только в ведении государства. Одновременно стимулируется желание граждан найти для себя и занять определенную нишу в системе и максимально реализовать в ней свои способности в интересах социума.

Анализируемый дискурс по сравнению с сопоставимыми по назначению прежними документами содержит единичные номинации адресата, например граждане, народ, население, обозначающие нерасчлененные единства. Типичным для дискурса является умеренность в употреблении этих слов и замена их обозначениями вполне конкретных социальных слоев и групп, выделяемых на основании различных признаков. Выявим социально важные системные группировки и представим их в виде оппозиций, что вовсе не противоречит имеющему место в действительности диалектическому единству подобных групп.

Концептуальным и социально привлекательным противопоставлением является оппозиция «сильные — слабые». Основанием для данного противопоставления служит, прежде всего, возможность (невозможность) для лич-

ности самостоятельно, без какой-либо поддержки со стороны государства на необходимом уровне поддерживать собственную жизнедеятельность, вступать в разнообразные социальные связи, реализуя себя через них в определенной социальной роли. Через номинации отмечаются объективные причины, обязывающие государство оказывать адресную помощь отдельным группам граждан: возрастные ограничения, инвалидность, семейное положение (многодетные, молодые семьи), ограничения в доступе к культурно-образовательным ценностям, связанные с местом жительства (дети из сельской местности) и т.д. В дихотомии «сильные — слабые» не оставлены без внимания и те, кто объединен в группе сильных. Как следует из дискурса, социальная сила последних заключается в том, что у них нет личностных объективных препятствий для самостоятельной реализации своего созидательного потенциала в творческой трудовой деятельности. Обозначены и различия: по отношению к собственности (собственники — наемные работники), стратификационные (бизнес-элиты — предприниматели; рабочие — рабочая аристократия), различия в гражданстве (граждане РФ — соотечественники; граждане других государств — иностранные специалисты). Государственной поддержкой для сильных должно быть, прежде всего, создание регулируемых правом условий, которые способствовали бы эффективности деятельности в производственной сфере, меценатству и т.п. Следовательно, в партнерских отношениях государства с «сильными» сделана ставка не только на их самореализацию¹, но и на укрепление правового государства в интересах всего социума.

Контент-анализ демонстрирует технологические новации в сфере эксплицирования адресатов дискурса. Современный российский социум на уровне номинаций представлен не как аморфная масса, а как естественная социальная система, где каждый структурный элемент лексически маркирован. За счет этого достига-

¹ Интересный аспект данной проблемы затронут в статье С.А. Кузиной. См.: Кузина С.А. Управление профессиональной мобильностью государственных гражданских служащих в процессе регулирования статусных барьеров на региональном уровне // Вестник ПАГС, 2010, № 2(23), с. 11–16.

ется эффект доверительности на уровне отношений «государственная власть — общество»: теперь это обращение конкретно к каждому, поименованному в соответствии с его социально актуальной ролью.

Переходя к рассмотрению последнего члена коммуникативной формулы «где — кто — что — кому — как», подчеркнем, что предыдущий анализ в той или иной степени касался и вопроса «как», ибо смысл и функция коммуникативной единицы наиболее полно и адекватно проявляются лишь в составе целого, во взаимосвязях с другими единицами.

Итак, одной из главных коммуникативных задач дискурса было, с одной стороны, представление уже сделанного или предпринимаемого государством в социальной сфере, а с другой — презентация намерений. Причем при представлении сделанного необходимо было органично и целесообразно сочетать позитивную и критическую составляющие, а при презентации намерений — устранить пафосную декларативность. Уважение к гражданам должно выражаться в эксплицировании и имплицировании актуальной

идеи: делаемое в социальной сфере — это не благотворительность со стороны государства, а реализация положения о том, что Российская Федерация — государство социальное. Наряду с этим актуальной для дискурса является мысль о единстве государства и общества, т.к. именно данное условие есть и доказательство реалистичности перспективных планов, и предпосылка их реализации.

В свете сказанного органичной для актуализации статуса личности в ее отношении к государству является и номинация «граждане», которой в необходимых случаях заменяются ролевые именованные личности как индивида, как частного лица и которая в некоторых случаях намеренно «обезличивает» адресата.

Таким образом, в данной статье мы остановились лишь на некоторых технологических приемах управленческого дискурса.

Статья печатается на средства внутривузовского гранта № 18-Г (№ 828 от 04.05.2012; ФГБОУ ВПО «Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского»).