

УДК 316.354:351/354

## **ДИСКУРС ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА: ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР**

Р.В. Сафонов, Ю.Ф. Зайцев

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Статья посвящена исследованию актуальной проблемы – особенностям коммуникативного дискурса властных структур и общества, а также языка как инструмента коммуникации. Коммуникация и власть – две категории, заинтересованность к коим дает повод для социологического и общефилософского дискурса среди ученых.

В данном исследовании рассматривается понятие властных коммуникаций, специфика языка и языковой коммуникации во властных отношениях, анализируется коммуникативный дискурс власти и общества.

Эмпирическая часть исследования посвящена анализу мотивации населения российского общества для общения с властными структурами.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в возможности использования выводов в практике при работе с электоратом, потенциальным избирателем.

Ключевые слова: социум, язык, коммуникация, власть, коммуникативный дискурс, политическое лидерство.

Социум, общество – это единая система, функционирующая сплоченно и неразрывно со своими подсистемами, общественными институтами. Основной чертой общества считается коммуникация – взаимодействие, общение.

Имеется огромное число подходов к систематизации модификаций данного взаимодействия, основанных на различных критериальных основаниях. Подобными аспектами могут быть: виды общественно-политического лидерства; способы общения властных структур и сообщества, характерные черты общественно-политических систем и т.д. В соотношении с отмеченными аспектами акцентируются и разнообразные виды модификаций: партнерская, информативная, форма правительственного патронажа, связь, основанная на доминировании правительства или отсутствие взаимодействия и др.

Особую важность предполагает исследование языка власти. Актуальность темы этой проблемы заключается в необходимости исследования взаимосвязи между властными структурами, в частности власти, и их языком, коммуникацией, а кроме того исследование властных взаимоотношений, которые выражаются в общении власти и сообщества, своих подчиненных. В нынешнем обществе это следует осознавать с целью объяснения трудностей взаимоотношений сторон друг друга, а кроме того, для того чтобы раскрыть и изучить каналы и методы воздействия, либо манипулирования, на население страны.

Вопрос коммуникативного дискурса властных структур и общества, проблема коммуникативного дискурса очень широко рассматривается в научных работах в социологии, политологии. Среди огромного количества ученых различных направлений стоит выделить работы М. Вебера, Г. Годэ, Н. Лумана, П. Лазарфельда. Нельзя не заметить научную деятельность в данном направлении выдающихся представителей символического интеракционизма таких как Дж. Мид, Г. Блумер.

Теоретическое обоснование особенностей коммуникативных процессов в постиндустриальном обществе заложено трудами М. Кастельса, У. Липпмана, Э. Гоффлера и других. Для определения эффективности современных коммуникационных практик принципиально существенны положения, разрабатываемые Ю. Хабермасом.

Среди отечественных исследователей необходимо выделить Т.И. Заславскую, А.И. Соловьева, Р.Ф. Абдеева.

В настоящее время на тему коммуникативного дискурса власти, взаимодействия властных структур и общества проводят опросы и различные исследования такие исследовательские организации как Всероссийский центр изучения общественного мнения и Автономная некоммерческая организация Аналитический Центр Юрия Левады.

В рамках темы данной работы был проведен вторичный анализ данных ежедневного

опроса «Спутник», проведенного ВЦИОМ. Опрос был проведен в феврале 2017 года для выяснения того, что хотят ли россияне получать информацию лично от президента Российской Федерации, а не от средств массовой информации, то есть от непосредственного представителя властных структур, главы государства.

Инициативный всероссийский опрос «Спутник» проведен ВЦИОМ 30-31 января 2017 г. Метод опроса – телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1200 респондентов. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Для данной выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 3,5%. Помимо ошибки выборки смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

Представление результатов вторичного анализа опроса «Президент, народ, СМИ: треугольник коммуникаций»

1. Вам лично интересно или не интересно мнение Путина по различным вопросам жизни страны?

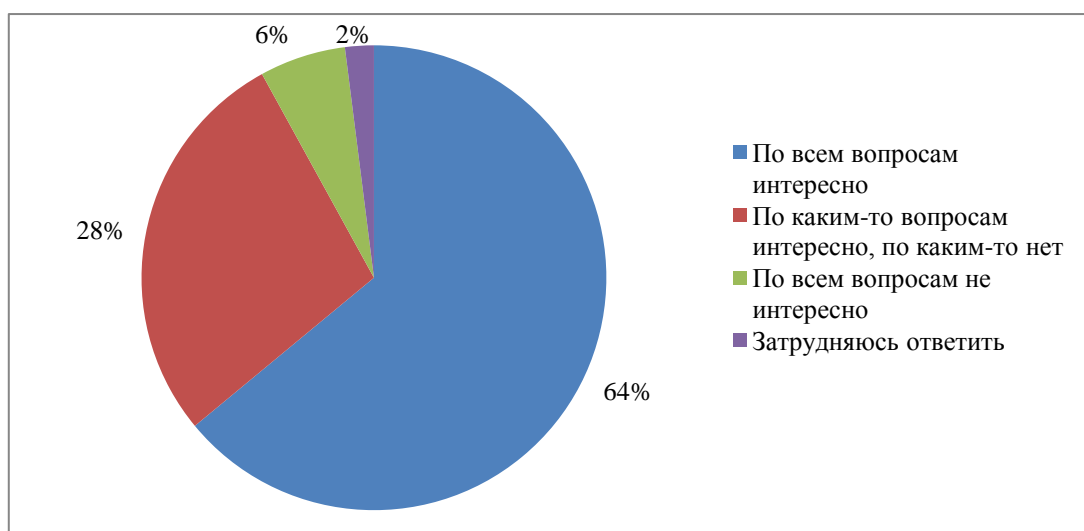


Рис. 1 - Результаты ответов на вопрос: «Вам лично интересно или не интересно мнение Путина по различным вопросам жизни страны?»

Личное мнение президента Путина В.В. по важным социальным, финансовой-экономическим, и другим вопросам и проблемам государства интересна подавляющему большинству россиян: 64% наших сограждан хотели бы знать мнение президента по всем темам, 28% - по тем или иным аспектам. Наибольшую степень заинтересованности проявляют респонденты старших возрастных групп. Большинство информации о выступлениях президента Путина, его мнение по различным вопросам мы узнаем из СМИ. Как Вы считаете, журналисты в точности и полном объеме передают россиянам мнение Путина, или что-то упускают, умалчивают, понимают неверно? (закрытый вопрос, один ответ, %)

Очень важно понимать мотивацию население в том, что оно хочет получать информацию о вопросах страны от непосредственного представителя власти, а не от третьих лиц, например, от журналистов. Результаты ответов на второй вопрос анкеты отражают мотивацию респондентов.

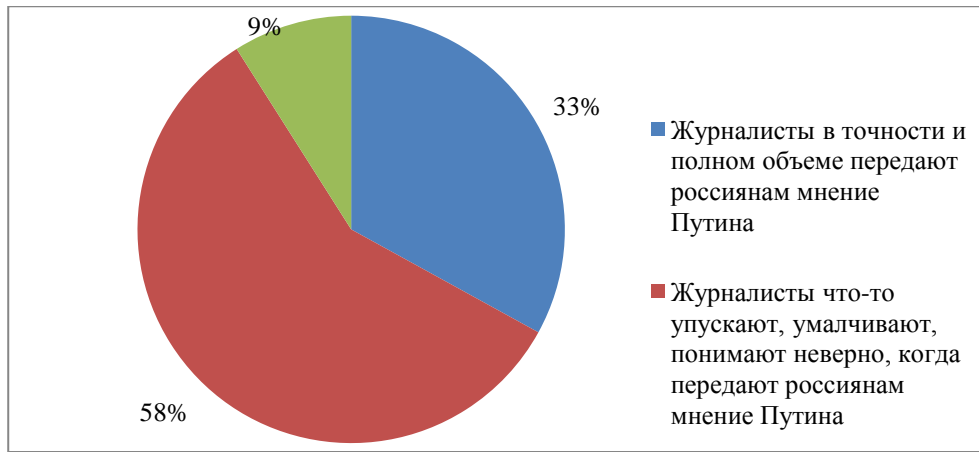


Рис. 2 - Результаты ответов на вопрос: «Большинство информации о выступлениях президента Путина, его мнение по различным вопросам мы узнаем из СМИ. Как Вы считаете, журналисты в точности и полном объеме передают россиянам мнение Путина, или что-то упускают, умалчивают, понимают неверно?»

Более пятидесяти процентов людей (58%) полагают что, данные докладываемые корреспондентами о мнении и рассуждениях президента неправильны либо неполноценны, а необходимость знать мнение президента достаточно не мала. Такая тенденция в настроениях общества не самая позитивная для демократического государства.

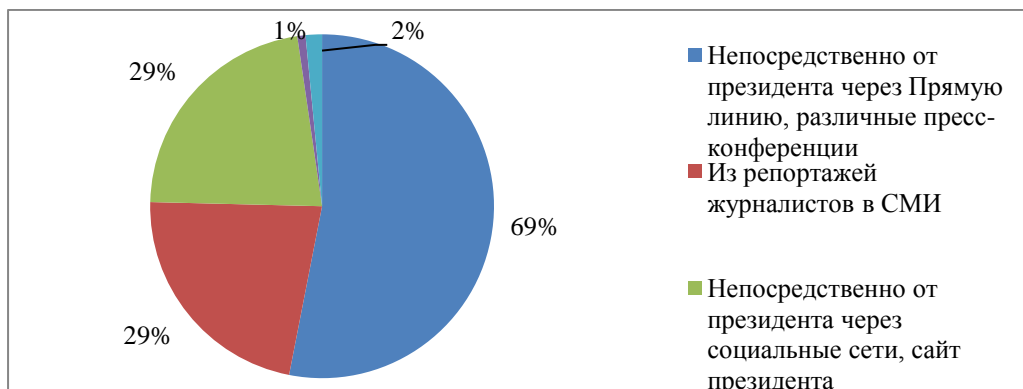


Рис. 3 - Результаты ответов на вопрос: «Откуда Вы лично хотели бы узнавать мнение Путина по различным вопросам?»

Более двух третей респондентов (69%) заявили, что наиболее подходящим считают формат Прямой линии, пресс-конференции с Путиным. То есть жители России желают прямого контакта с главой государства. Только 27% опрошенных удовлетворены тем, что будут узнавать мнение Путина непосредственно из репортажей СМИ: в формате теленовостей или же по радио, из прессы.

2. Посещаете ли Вы социальные сети в интернете? Если да, то какими социальными сетями Вы пользуетесь? (закрытый вопрос, любое число ответов, % от тех, кто пользуется интернетом)

В современном мире все меньше становится людей, которые бы не пользовались компьютером и не выходили бы в интернет. Так 29% респондентов устраивает для ознакомления с мнением президента личные, официальные сайты и социальные сети. Среди 18-24-летних (45%), москвичей и петербуржцев (35%), пользователей социальных сетей (37%) эта доля выше, чем в среднем по выборке. Согласно данным ежедневного опроса «Спутник», доля интернет-пользователей в России составляет 74%, и среди них наиболее популярной социальной сетью является ресурс ВКонтакте (им пользуются 49%

«интернетчиков»).

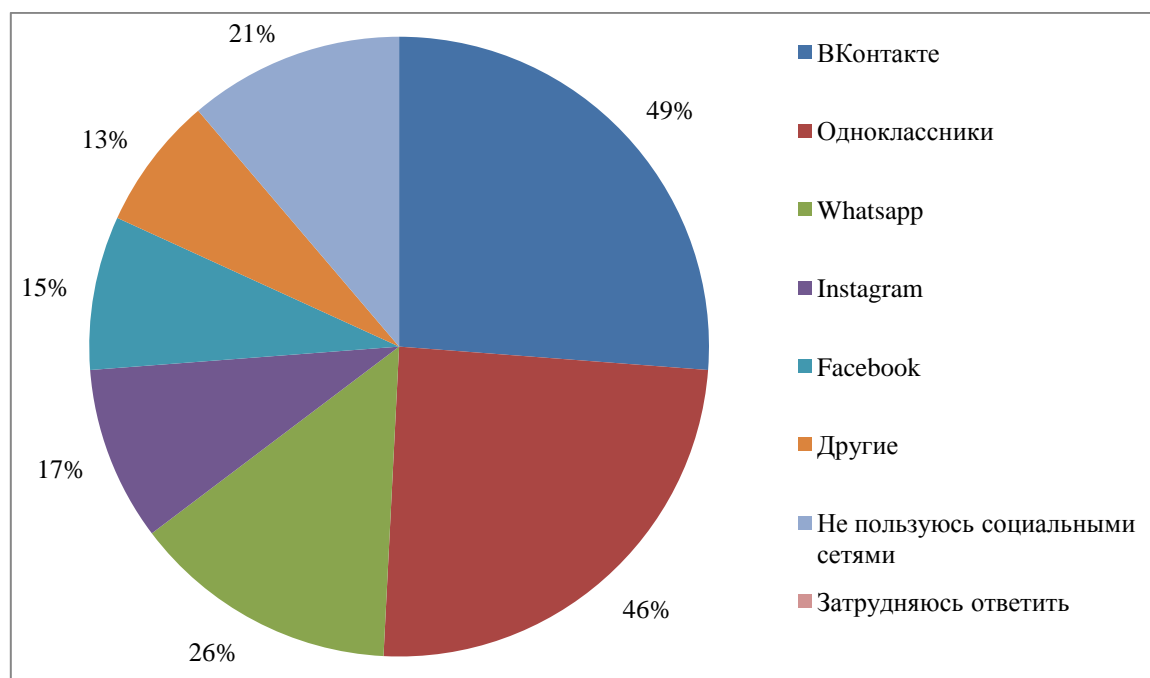


Рис. 4 - Результаты ответов на вопрос: «Посещаете ли Вы социальные сети в интернете? Если да, то какими социальными сетями Вы пользуетесь?»

Данные опроса комментирует руководитель исследовательских проектов ВЦИОМ Михаил Мамонов: «Данные опроса подтверждают высокий уровень легитимности главы государства, вызывающий постоянный интерес людей к мнению президента по различным вопросам повестки дня. Одновременно растёт запрос на прямую, личную коммуникацию. Избиратели хотят говорить с властью напрямую, без посредников. В обществе, каждый второй член которого проводит много времени в социальных сетях, сформировалась уже привычка и запрос на интерактивность, постоянное и интенсивное коммуникативное взаимодействие. Игнорировать этот запрос, ограничиваясь использованием только налаженных каналов, прежде всего традиционных СМИ, – в наше время было бы большой ошибкой»<sup>1</sup>.

На наш взгляд результаты опроса говорят, в первую очередь, о развитости темы неполноценности и искажении информации, подаваемой через различные каналы СМИ и сети Интернет. Как показал опрос, порядка 57% процентов респондентов используют интернет ежедневно. В социальных сетях, на различных сайтах открыто обсуждают различные темы, и принять участие в обсуждении над ними достаточно просто и нередко анонимно. Обмен различными суждениями между пользователями всемирной паутины, например в социальных группах «ВКонтакте» или «Одноклассники», определенно сказывается на формировании мнений относительно транслирующей информации в СМИ.

Исходя из вышеописанных данных становится понятно, что для российское общество имеет желание общаться с властью напрямую и без посредников. Народ одобряет коммуникацию с представителями власти посредством проведения пресс-конференций, прямых линий.

Одной из наиболее обсуждаемых проблем в социологической и общественно-политической сфере считается проблема в структуре властных взаимоотношений. Можно выделить общие компоненты структуры общения в рамках социально публичной власти, а именно: 1) агенты; 2) ценности; 3) способы (инструментально-институционные); 4) ресурсы. Связь среди них и предоставляет целую гамму взаимоотношений, передающих в русском

<sup>1</sup> <https://wciom.ru> – дата обращения 07.04.2017

языке суждениями: превосходство и повиновение, желание и влияние, надзор и разделение, управление и первенство, руководство и влияние, господствование и воздействие, престиж и принуждение и т. д.

Взаимоотношения агентов власти сформировались ещё в недрах потестарных структур, со временем раздваивающихся в семейственно-наследственные коллективы. Непосредственно с данного этапа политики как профессии и сфере работы высококлассного административного аппарата (М. Вебер) и начинается собственный отсчет существования власти.

М. Вебер использовал категорию «господство» как более узкое по содержанию понятие по сравнению с категорией «власть», обращая внимание на анализ роли социокультурных ценностей, стереотипов и традиций в формировании различных типов отношений господства и подчинения. По мнению М. Вебера, господство предполагает социальное отношение, при котором приказ, отданный одними людьми, встретит признание и исполнение у других людей в соответствии с определенным легитимным порядком, основанным на традиции, вере, т. е. на доминирующих в данной культуре ценностях. В соответствии с этими ценностями культуры он выделял три «идеальных типа» господства: традиционный, легальный, харизматический. В реальной политической жизни отдельных стран эти «идеальные типы» переплетаются при определенном преобладании какого-либо типа господства.

Вторая «плоскость» властного механизма общения связана с оппозицией «контроль — влияние», имеющей дело со способами распределения ресурсов общества. Что предполагают собою данные ресурсы?

К главным ресурсам общества, урегулирование и разделение которых и становится предметом властного общения, можно отнести материальные объекты и духовные блага, наличие которых, во-первых, удовлетворяет круг интересов людей, показывая собою конкретную значимость в общественных взаимоотношениях, и, во-вторых, увеличивает возможность воздействия и мощь влияния агентов власти. Власть — это в первую очередь в целом надзор над распределением ресурсов общества, а соответственно политика — сфера обмена ресурсами либо распределения ресурсов. Ресурсы общества разделяются на несколько разновидностей: 1) материально-экономические; 2) духовно-информативные. Любой из них предоставляет вероятность, с одной стороны, увеличить у политических агентов возможный статус, а с иной — повысить их мобилизующую мощь и влияние.

Ресурсы общества ограничены и распределены не в равных долях между различными группами населения или общества, что порождает социальную нестабильность, борьбу за перераспределение этих ресурсов, «конкуренцию» власти. Властные структуры обладают организованным контролем над государственными ресурсами и управленческим механизмом, а рядовые члены общества обладают только собственными личными ресурсами и потенциалом мобилизации людей, вступая в политические партии и движения, которые наравне с контролируемым распределением «сверху» регулярно ведут войну за переназначение различных ресурсов и установление общественного контроля за ними «снизу». Таким образом, данный подход общественной власти сопряжен с взаимоотношениями людей из-за необходимости регулировки (контролирования и распределения) общественных ресурсов.

Связь интересов и свободы властных структур общества в ходе фактического исполнения властных возможностей, охватывает уже непосредственно взаимоотношения среди людей, складывающиеся с помощью институциональных конфигураций и инструментальных методов силового давления. Ход властвования (управления) может быть проанализирован в очередности двух его фаз: во-первых, «волевой» формации, на которой главенствующий агент согласно собственным интересам определяет «сверху» общественно-политическое заключение, корректируемое в зависимости от степени общественного представительства, общественно-политической роли, а кроме того уровня волеизъявления зависимых, то есть подчиненных; во-вторых, «силовой» стадии, сопряженной равно как с

самими инструментальными орудиями осуществления управленческих заключений «сверху», так и с институциональными методами давления «снизу» разных компаний гражданского общества, поддерживающих либо противящихся принятию и исполнению этого либо же другого государственного постановления.

### **Список литературы**

1. Вебер М. Политические работы 1895-1919. - М.: Праксис, 2003
2. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат//Витгенштейн Л. Философский работы. – М.: Гнозис, 2010.
3. Гостенина В.И. Социология управления: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2013.
4. Тён ван Дейк дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации, - М.:2013
5. Шилина С. А. Управленческий дискурс как социальная технология коммуникации в системе отношений социума и власти // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 1821–1825.
6. Шилина С.А. Коммуникативные технологии в системе отношений государства и общества // Власть - №2 – 2013
7. <https://wciom.ru> – дата обращения 07.04.2017
8. <http://www.textfighter.org> – дата обращения 03.04.2017
9. <http://sociosphera.com>– дата обращения 04.04.2017
10. <http://society.polbu.ru> – дата обращения 05.04.2017
11. <http://5fan.ru> – дата обращения 03.04.2017

### **Сведения об авторах**

Сафонов Р.В. - магистр 1 курса направления подготовки 39.04.01 Социология (Социология управления) Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского.

Зайцева Ю.Ф. - магистр 1 курса направления подготовки 39.04.01 Социология (Социология управления) Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского.

**UDK 316.354:351/354**

## **DISCOURSE OF POWER AND SOCIETY: LANGUAGE AS A TOOL OF COMMUNICATION OF POWER STRUCTURES**

R.W. Safonov, Yu.F. Zaitseva

Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky

The article is devoted to the study of the actual problem - to the peculiarities of the communicative discourse of power structures and society, and also language as an instrument of communication.

Communication and power are two categories, an interest in which gives rise to a sociological and philosophical discourse among scientists.

In this study, the concept of power communications, the specifics of language and linguistic communication in power relations are examined, and the communicative discourse of power and society is analyzed.

The empirical part of the study is devoted to the analysis of the motivation of the population of Russian society to communicate with the authorities. The practical significance of the study is the possibility of using conclusions in practice when working with the electorate, the potential voter.

*Key words:* socium, language, communication, power, communicative discourse, political leadership.

### **References**

1. Veber M. Politicheskie raboty 1895-1919. - M.: Praksis, 2003
2. Vitgenshteyn L. Logiko-filosofskiy traktat//Vitgenshteyn L. Filosofskiy raboty. – M.: Gnozis, 2010.
3. Gostenina V.I. Sotsiologiya upravleniya: uchebnoe posobie. – SPb.: Piter, 2013.
4. TYon van Deyk diskurs i vlast: Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyike i kommunikatsii, - M.:2013
5. Shilina S. A. Upravlencheskiy diskurs kak sotsialnaya tehnologiya kommunikatsii v sisteme otnosheniy sotsiuma i vlasti // Nauchno-metodicheskiy elektronnyiy zhurnal «Kontsept». – 2015. – Т. 13. – S. 1821–1825.
6. Shilina S.A. Kommunikativnyie tehnologii v sisteme otnosheniy gosudarstva i obschestva // Vlast - №2 – 2013
7. <https://wciom.ru> – data obrascheniya 07.04.2017
8. <http://www.textfighter.org> – data obrascheniya 03.04.2017
9. <http://sociosfera.com>– data obrascheniya 04.04.2017
10. <http://society.polbu.ru> – data obrascheniya 05.04.2017
11. <http://5fan.ru> – data obrascheniya 03.04.2017

### **Information about authors**

Safonov R.V. - Master of 1 course of training 39.04.01 Sociology (Management Sociology) Bryansk State University named after academician IG. Petrovsky.

Zaitseva Yu.F. - Master of 1 course of training 39.04.01 Sociology (Management Sociology) Bryansk State University named after academician IG. Petrovsky