

4. О смысле слова террористы [Электрон. ресурс] // Журналисты и блогеры против террора. — 2014. — 25 июня. — URL: <http://smi-antiterror.ru/bloggers/o-smysle-slova-terroristy-9873.html>
5. Конституция Российской Федерации [Электрон. ресурс]. — URL: <http://www.constitution.ru/>
6. О средствах массовой информации (о СМИ) : Закон РФ от 27.12.1991 г. №2124-1 (действ. ред. от 13.07.2015) [Электрон. ресурс]. — URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
7. О противодействии терроризму : Федеральный закон от 06.03.2006 N 35-ФЗ (ред. от 31.12.2014) [Электрон. ресурс]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164931/
8. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 31.12.2014, с изм. от 01.09.2015) [Электрон. ресурс]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162652/
9. О государственной тайне : Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (ред. от 21.12.2013, с изм. от 08.03.2015) [Электрон. ресурс]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156018/
10. Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции [Электрон. ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу. — URL: <http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/760-eticheskie-printsipy-professionalnogo-povedeniya-zhurna-listov-osveshchayushchikh-akty-terrorizma-i-kontrterroristicheskie-operatsii>

УДК 316.42

DOI: 10.17223/23062096/4/7

Н.В. Демчук

Новокузнецкий институт (филиал) Кемеровского государственного университета

ДИСКУРСИВНОЕ ПОЛЕ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Местное самоуправление с позиции концепции деятельности конструктивизма может быть описано как дискурсивное поле жителей муниципального образования. В статье рассматривается анализ текстов пресс-релизов сайта муниципального образования «Городской округ Новокузнецк», проведенный методом контент-анализа. Результаты анализа показывают однородность дискурсивного поля местного самоуправления, неэффективность созданных в нем сообщений для распространения идей местного самоуправления в обществе.

Ключевые слова: дискурсивное поле, местное самоуправление, пресс-релизы, сайт муниципального образования.

Local self-government from the perspective of the concept of activity-constructivism can be described as a discursive field of the inhabitants of the municipality. The article deals with analysis of the press release site of the municipality «City District Novokuznetsk» conducted by the method of content analysis. The results show the homogeneity of the discursive field of local government, the inefficiencies created by its messages, for spreading the ideas of local government in society.

Keywords: discursive field, local government, the press releases, the website of the municipality.

АКТУАЛЬНОСТЬ изучения языка социокультурного поля местного самоуправления непосредственно связана с вопросом существования местного самоуправления в российском обществе. Во-первых, чем больше жителей муниципального образования будет понимать сущность местного самоуправления, значение терминов, употребляемых

местной властью, тем в большей степени местное самоуправление будет становиться своей понятной деятельностью. Во-вторых, право высказываться — это право власти. Социальный субъект, потерявший возможность определять реальность, не имеет возможности навязывать другим свое господство.

Важность изучения языка коммуникации различных социокультурных полей вызвана также двумя взаимодополняющими и взаимоисключающими тенденциями, существующими в каждом поле: это тенденция максимального открытия поля для новых участников и тенденция закрытия поля — исключения из поля «чужих», не говорящих на языке поля.

С точки зрения деятельностного конструктивизма социальная реальность рассматривается как многомерное пространство, состоящее из различных социокультурных полей. Социокультурные поля представляют собой социальные отношения, структурирующиеся в зависимости от наличия у них ресурсов, властных отношений, понимания культурной программы жизнедеятельности в поле, определенным языком коммуникаций. Действия индивидов включаются в социокультурное поле с помощью социальных практик. Социокультурное поле местного самоуправления в данном случае представляет собой совокупность социальных отношений, формируемых вербальными и поведенческими высказываниями его субъектов.

Одним из методических подходов к изучению языка социальных групп и сообществ в рамках деятельностно-конструктивистского подхода является анализ дискурсивного поля. В.И. Ильин определяет дискурс как «организацию социального взаимодействия по поводу определения реальности» [1. С.3]. Люди, определяющие социальные явления и факты схожим образом, образуют дискурсивные поля. Дискурс — коллективное определение реальности. Определение реальности формирует конкретную форму отношения к ней, разные образы и стили жизни людей.

Деятельность органов местного самоуправления также предполагает определение этой деятельности всеми участниками взаимодействия. Местное самоуправление как дискурсивное поле отличается большой размытостью границ: каждый житель населенного пункта независимо от его понимания языка поля включен в него на основании его статусной позиции — жителя муниципального образования. Почти каждый житель населенного пункта считает себя способным понять и оценить деятельность местной власти. Но как любое поле с внешними размытыми границами, дискурсивное поле местного самоуправления имеет свою иерархию: делится на тех, кто имеет право на компетентное высказывание, и на тех, кто только получает информацию. Доступ к высказываниям, к возможности формирования дискурсивного поля — признак наличия властного статуса.

Главный признак дискурсивного поля — общность языка, обеспечивающего понимание и общение субъектов поля. Современные исследователи общества, описывая язык его коммуникации, все больше используют понятие «информационное поле». Информационное поле включает в себя содержание, формы информации, способы ее получения. Информационное поле описывает ситуацию взаимодействия между создателем и потребителем информации. Информационное поле — это символическая реальность, которая возникает в результате отражения реальной действительности в сознании индивидов в результате придания смысла социальным явлениям и процессам.

Современным инструментом формирования дискурсивного поля местного самоуправления являются официальные сайты органов местного самоуправления. Информация, распространяемая пресс-службами, становится затем основой публикаций средств массовой информации. Информация, размещаемая на сайтах муниципальных образований, создает основу языка социокультурного поля местного самоуправления.

Примером информационного поля, транслируемого органами муниципального управления через официальный сайт, являются результаты исследования пресс-релизов сайта муниципального образования «Городской округ Новокузнецк» за 2013, 2014 годы.

Предметом исследования являлись тексты пресс-релизов администрации г. Новокузнецка. Цель исследования — изучить особенности дискурсивного поля местного самоуправления.

Было проанализировано 192 пресс-релиза. Выбор для анализа данной совокупности пресс-релизов обусловлен возможностью сопоставить результаты анализа дискурсивного поля местного самоуправления с оценками населения своей информированности о деятельности органов местного самоуправления, проведенными за тот же период времени. Город Новокузнецк является типичным крупным индустриальным городом, но не является областным центром. Это позволяет ему сочетать черты культуры крупного и малого населенных пунктов.

Метод исследования — контент-анализ. Контент-анализ — метод, совмещающий использование количественной и качественной техники. Это позволяет подойти к анализу отдельных публикаций газет как к дискурсу, т.е. все тексты массовой коммуникации изучать в контексте специфической социокультурной деятельности, в данном случае в контексте местного самоуправления. Категориями анализа являются характеристики текста (информационного сообщения). Единицы счета в данном случае — наличие характеристик информационного сообщения в пресс-релизах.

Дискурс в информационном поле представляет собой определенный текст. Текст в современной теории коммуникации рассматривается как связанная последовательность знаков и символов языка, выражающая определенное содержание и смысл. «Текст является структурно-информационным компонентом знания и видом социальной коммуникации» [2]. Н.Р. Гальперин описывает текст как продукт речемыслительной деятельности автора и материал речемыслительной деятельности интерпретатора (читателя), это процесс речепроизводства [3]. Н.С. Валгина определяет текст как целостную коммуникативную единицу, состоящую из коммуникативно-функциональных элементов, организованных в систему для осуществления коммуникативного намерения автора текста соответственно речевой ситуации [4].

Цель текста как коммуникации — «соединить представление автора об общем результате, который должен быть достигнут в процессе коммуникации, и реальный результат коммуникации. Другими словами, достичь определенной степени согласия между автором и получателем текста. Согласие есть установление общей картины мира у тех, кто объединен в совместном действии; это непрерывный процесс, который состоит из последовательного ряда взаимодействий» [5. 120].

Цель коммуникации описывается с помощью категории «тип сообщений»: информационный и агитационный. Информационное сообщение передает сведения, новые знания, формирует представление о

¹ См. разъяснения С.С. Бодруновой о системе «многомерного плюрализма» в ЕС [8].

предмете. Агитационное сообщение содержит прямое обращение к эмоциональной сфере, к чувствам аудитории, либо стремление добиться согласия аудитории с помощью различных аргументов по какому-либо спорному вопросу, либо прямой призыв к совершению действия аудиторией. На официальном сайте администрации г. Новокузнецка размещается 81% информационных сообщений и 19% агитационных сообщений.

Информационные поводы, по которым созданы пресс-релизы: итоги работы комиссии, комитета, рабочей группы, работа народных депутатов, заседания совета, президиума мэрии, собрания общественности, поездки и встречи чиновников с населением, публичные слушания, награды, победы в конкурсах. Подавляющая часть информационных поводов посвящена итогам проделанной работы комиссией, комитетом или рабочей группой, а также проведению публичных слушаний.

Тематика пресс-релизов связана с вопросами местного значения. На первом месте — работа с молодежью, на втором — проблемы трудоустройства местных жителей и благоустройства территории, а также публикации о деятельности органов местного самоуправления в целом. 50% агитационных сообщений приходится на тематику трудоустройства, затем следуют темы — информатизация деятельности органов местного самоуправления и работа с молодежью. Большая часть информационных сообщений имеет темы — работа с молодежью (24%) и благоустройство территории (18%).

Значимость информационных поводов показывает место данного сообщения в дискурсивном поле в целом, точнее, показывает место, которое журналисты средств массовой информации дают данному тексту, насколько им будет интересен данный текст. Чем более значим информационный повод, тем больше вероятность, что пресс-релиз опубликуют СМИ. Анализ пресс-релизов показал, что 66% из них не отвечают критериям значимости: информация, размещенная на сайте администрации, обыденна, события сезонно повторяются. Чаще всего встречаются тексты, соответствующие критерию «событие предполагает значительный экономический или социальный эффект» (снижение уровня безработицы в городе, повышение качества жизни) — 15%. Среди других критериев значимости: «событие влияет на жизнь города» (принятие присяги новым мэром города), «событие носило международный характер» (новокузнецкий спортсмен занял призовое место на чемпионате Европы), «событие давно ожидали» (проведение театрального фестиваля в Новокузнецке).

Смысловые определения реальности, присутствующие в тексте, — ценностные суждения, принимаемые как автором текста, так и его получателем. В риторике для обозначения таких суждений употребляется термин «топос». Топос — идеи, находящиеся в тексте и способствующие его пониманию. Топосы формируются на основе ценностей и нравственных ориентиров

субъектов дискурсивного поля. Они объединяют людей как представителей одной социокультурной общности, одного социокультурного поля.

В практике создания языка социокультурного поля универсальные ценности используются одновременно с локальными ценностями. Ценности гражданского общества: свобода, демократия, равенство и т.д., — по-разному понимаются людьми в разных контекстах и исторических ситуациях, в то время как ценности местной жизни более конкретны. Эффект воздействия таких топосов значителен для формирования общественного сознания: локальные проблемы находят непосредственный отклик в душе каждого человека. Топосы, созданные на основе ценностей местного самоуправления, затрагивают вопросы значимости местной власти, прав и возможностей жителей самостоятельно решать проблемы своего муниципального образования, возможности влиять на решения органов власти и свою жизнь.

Изучение топосов в данной работе основано на выделении ключевых слов в тексте. Ключевые слова — это понятийные узлы текста, определяющие его содержание и понятийное восприятие. В качестве ключевых слов в текстах выбраны глаголы, показывающие действия, совершаемые в дискурсивном поле, его создателями.

Полученные результаты позволили разделить все глаголы, встреченные в пресс-релизах, на три условные группы: глаголы, обозначающие обсуждение проблемы; глаголы, показывающие организационное решение проблемы; глаголы, имеющие под собой результат решения проблемы. Большая часть глаголов ориентирована на описание конечного результата решения проблемы органами местного самоуправления. Это позволяет предположить, что в картине мира, создаваемой на сайте администрации, местные органы власти ориентированы на конечный результат.

Группа глаголов, характеризующих обсуждение проблемы: ведутся, примут участие, состоится, пройдет, принесет, будут учитываться, оказать, будут приглашены, создать, сделает, будет отремонтировано, решили сделать, будут покрашены, берут на себя, станут, вырастет, хотят сделать, будут участвовать, собирает, будет проведена, диктует, будет направлено, будет идти, выполнить, будут проводиться, уважать, охранять, выполнять, провести.

Группа глаголов, характеризующих организационное решение проблемы: убирают, курируют, следят, требуют, обсуждаются, началась, развивается, занимаются, поставляют, производят, создают, организуют, проводится, становится, переходят, помогают отвечать, решать, усвоить, повысить, донести, способствует, работают, не ограничиваются, очищают, задействовано, предоставляют, осложняют, останавливают, решают, выплачивают, обсуждались, интересовали, приглашает, использование, проходит, станет, сокращает, свидетельствуют, отправят, подходит, позволит, обеспечит, сообщает.

Группа глаголов, характеризующих результаты решения проблемы: проводил, снизилась, были трудоустроены, обращались, состоялась, было подписано, принято, рассматривались, доложил, оценили, провел, проходила, обозначены, присутствовали, прозвучала, высказал, подчеркнул, поднимали, прошел, состоялся, показали, подвел, установлены, выявили, организовал, приняли, подписал, были заключены, присоединились, выступил, приняли участие, разместилась, отметил, примкнули, ознакомились, представили, продемонстрировали, подчеркнул, создан, организовано, состоялась, вспомнили, были вручены, подарили, разработана, совершили, познакомились, получили, углубили, прошел, посетили, поддержали, арестованы, заключили, оказали, отчитался, отменили, подвел итог, отличились, было установлено.

Риторические приемы в текстах пресс-релизов используются в качестве аргументов, воздействующих на сознание аудитории. Аргументы можно разделить на две группы: логические (доказательство) и эмоциональные (внушение).

Доказательство — совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений. Задача доказательства — уничтожение всяких сомнений в правильности выдвинутого тезиса. При построении доказательства используются рациональные (логические) аргументы: факты, статистика (ссылка на объективные показатели состояния дел), ссылка на законы, документы, постановления и другие нормативные акты, обязательные для выполнения, ссылка на опрос свидетелей или на очевидцев события.

Внушение — совокупность эмоциональных (психологических) приемов навязывания готового мнения адресату путем воздействия на подсознание. Задача внушения — создать у адресата ощущение добровольности восприятия чужого мнения, его актуальности, привлекательности. При построении внушения используются эмоциональные (риторические) аргументы: образы, ссылка на авторитет (на мнение специалиста, эксперта), ссылки на слова должностных лиц, ответственных за выполнение определенной работы, в тех случаях, когда речь идет о вопросах, находящихся в сфере их компетенции, ссылка на общественное мнение (на то, как принято говорить, поступать в обществе), обращение к чувствам (эмоциям).

Используемые риторические приемы в анализируемых пресс-релизах относятся к логическим аргументам, они обеспечивают достоверность размещенной информации. Это цитаты, цифры и сообщения очевидцев. В пресс-релизах в 19% случаев используются цитаты, в 33% — цифры, сообщения очевидцев не используются. Чаще всего в пресс-релизах не выявляются риторические приемы (48%).

Подводя итоги, делаем вывод — дискурсивное поле местного самоуправления, создаваемое на сайте администрации, очень узкое и однообразное, практически не распространяется среди жителей. Пресс-релизы со-

здают положительный образ постоянно работающей местной власти, которая ориентирована на конечный результат. Но сообщения об этой работе носят преимущественно информационный характер, содержат только логические (рациональные аргументы), написаны по ограниченному перечню тем: благоустройство, трудоустройство, работа с молодежью. Содержание сообщений не драматизировано, т.е. нет отсылки к значимости этой информации для общества в целом или хотя бы населения населенного пункта, поэтому, скорее всего, эти пресс-релизы не будут опубликованы в средствах массовой информации.

Полученные результаты показывают, что органы местного самоуправления как субъекты информационного пространства действуют неэффективно. Цель — распространение дискурсивного поля местного самоуправления — ими не достигается. В то время как одна из задач, стоящих перед органами местной власти — удовлетворение потребностей населения и местных сообществ в информации. Дальнейшие исследования дискурсивного поля местного самоуправления, проведенные на более обширном эмпирическом материале, позволят разработать рекомендации органам местного самоуправления и местным средствам массовой информации по совершенствованию информирования населения.

Литература

1. Ильин В.И. Потребление как дискурс / В.И. Ильин // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2007. — Т. 10. — №1. — С. 3–26.
2. Кузнецова Н.В. Современное научное знание: гуманитарная составляющая / Н.В. Кузнецова, Г.А. Астаурова // Социально-экономические преобразования в России: сборник научных трудов. Выпуск 6. / отв. ред. проф. В.А.Шабашев. — Кемерово, 2012. — С. 196–199
3. Гальперин Н.Р. Текст как объект лингвистического исследования / Н. Р. Гальперин. — М.: Наука, 1981. — 139 с.
4. Валгина Н.С. Теория текста учебное пособие / Н.С. Валгина. — М.: Логос, [Электронный ресурс]. URL: 2003. <http://evartist.narod.ru/text14/06.htm>
5. Шибутани Т. Социальная психология / Т. Шибутани. — М.: Прогресс, 1969. — 535 с.