

УДК 070

DOI: 10.17748/2075-9908-2015-7-6/1-207-210

**СУЛИНА Олеся Вячеславовна,**  
аспирант кафедры связей с общественностью  
в бизнесе Высшей школы журналистики и массовых  
коммуникаций

**SULINA Olesya Vyacheslavovna,**  
Postgraduate student, Chair for Public Relations In Busi-  
ness, Higher school of Journalism and mass  
communication

#### СУБЪЕКТЫ МЕДИАДИСКУРСА БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА

#### THE SUBJECTS OF MEDIADISCOURSE OF BUDGET PROCESS

Автор рассматривает медиадискурс бюджетного процесса в его субъектно-темпоральном измерении. Место и роль субъектов медиадискурса бюджетного процесса определены на основе анализа бюджетного законодательства, практики реализации бюджетного процесса в органах исполнительной и законодательной власти и его отражения в СМИ. Публичный дискурс бюджетного процесса включает не только участников, законодательно наделенных полномочиями, но и других субъектов, участвующих в формировании информационной повестки дня относительно бюджета. Так, к субъектам медиадискурса бюджетного процесса отнесены органы исполнительной и законодательной государственной власти, контролирурующие органы, получатели бюджетных средств, политические партии, профессиональное, отраслевое и экспертное сообщество, гражданские активисты. С помощью аналитического и индуктивного методов представлено социально-коммуникативное описание бюджетного процесса и его субъектов. При этом политическая журналистика выступает не только в качестве пространства для формирования и отражения медиадискурса бюджетного процесса, но и в качестве одного из индикаторов состояния политической системы в целом. Полученные выводы представляют собой методологические наработки для анализа конкретных кейсов медиадискурса бюджетного процесса и могут быть использованы при проведении научно-практических исследований.

The author highlights the media discourse of the budget process in its subject-temporal dimension. Place and role of the subjects of media discourse of the budget process are determined on the basis of the analysis of budgetary legislation, practical implementation of the budgeting process in the executive and legislative bodies and its reflection in the media.

Public discourse of budgeting process includes not only participants, who are legally empowered, but also other actors involved in the formation of the informational agenda regarding the budget. For example, the subjects of media discourse of the budget process are executive and legislative bodies, regulatory authorities, recipients of budgetary funds, political parties, professional and expert communities, civil society activists. Socio-communicative description of the budgeting process and its subjects is presented based on analytical and inductive methods. At the same time political journalism is not only a space for the formation of media discourse and reflection of the budgetary process, but also one of the indicators of the state of the political system as a whole. The conclusions present methodological aids for the media discourse analysis of specific cases of the budgeting process and may be used for scientific and practical research.

**Ключевые слова:** СМИ, медиадискурс, политический дискурс, бюджетный процесс.

**Key words:** mass media, mediadiscourse, political discourse, budget process.

В рамках государственной политики ключевым инструментом реализации полномочий является оптимальное распределение и использование бюджетных ресурсов в рамках бюджетного процесса.

Бюджетный процесс законодательно регламентирует деятельность участников бюджетного процесса в рамках закрепленных полномочий [1]. Процессуально бюджетный процесс последовательно проходит стадии составления и рассмотрения проектов бюджетов, их утверждения и исполнения, контроля за исполнением, бюджетного учета, составления, внешней проверки, рассмотрения и утверждения отчетности.

Политический дискурс функционирует в рамках системы социальных институтов и представляет собой процесс и результат принятия политических решений, связанных с борьбой за власть, распределением ресурсов и достижением общественного консенсуса. Медиадискурс бюджетного процесса включает не только участников, законодательно наделенных полномочиями, но и других субъектов, участвующих в формировании информационной повестки дня о бюджете.

Так, высшее должностное лицо определяет принципы государственной бюджетной политики, приоритеты распределения бюджетных средств и транслирует их в публичном пространстве.

Главный финансовый орган дает оценку социально-экономического состояния и формирует прогноз, аргументирует приоритеты распределения бюджетных средств, в том числе при необходимости публично, составляет отчетность с обоснованием достигнутых результатов. Иные органы исполнительной власти как распорядители бюджетных средств выступают в качестве государственных заказчиков и формируют информационную повестку в части исполнения бюджета.

Публичная деятельность законодательного корпуса отражает как консолидированную позицию по отношению к бюджетной политике исполнительной власти, так и точки зрения отдельных парламентских партий в отношении бюджета.

В качестве участников бюджетного процесса выступают также получатели бюджетных средств: органы местного самоуправления, борющиеся, в том числе в медиапространстве, за распределение субсидий; некоммерческие организации, также претендующие на бюджетные дотации; потенциальные и фактические исполнители государственных контрактов – коммерческие организации, государственные учреждения.

В области контроля бюджетного процесса соответствующие субъекты могут принимать участие в формировании медиадискурса. Наличие или отсутствие коррупционных скандалов, интерпретация в СМИ исполнения бюджета отражаются в бюджетном медиадискурсе.

Активную позицию в медиапространстве представляют политические партии, причем как представленные в законодательных органах государственной власти, так и находящиеся за их пределами. Бюджетный процесс на любой стадии является поводом для изложения партийной позиции, дискредитации политических противников.

Профессиональные и отраслевые объединения также могут участвовать в отражении бюджетного процесса, особенно в качестве субъектов лоббирования потенциальных получателей бюджетных средств. В то же время эти субъекты могут участвовать в усилении или ослаблении позиций той или иной отрасли в процессе формирования бюджета.

Экспертное сообщество не является прямым интересантом распределения или получения бюджетных средств, однако его представители постоянно привлекаются журналистами в качестве наблюдателей, оценивающих и интерпретирующих действия других субъектов, что может влиять на изменение общественного мнения.

Наконец, в качестве субъектов медиадискурса бюджетного процесса выступают общественные организации и гражданские активисты. Их цели и степень публичной активности могут быть разными: от оценки «низами» действий органов власти или выражения точки зрения определенной социальной группы до поддержки или критики тех или иных субъектов бюджетного процесса, особенно участвующих в принятии решений.

В качестве форм реализации медиадискурса в рамках бюджетного процесса каждый субъект использует соответствующие коммуникативные технологии, результат использования которых отражается в СМИ.

Так, высшее должностное лицо и финансовый орган исполнительной власти обладают высокой медийной активностью и являются иницирующей стороной на этапах составления проекта бюджета, его исполнения, составления проекта отчета об исполнении бюджета. Эта деятельность реализуется в виде официального информирования и трансляции своей позиции через официальные средства массовой информации, сайт и официальные аккаунты в социальных сетях.

На этапе контроля допустимы различные варианты: отсутствие публичной активности; официальное информирование в случаях инициирования публичных процессов по результатам внутреннего контроля; официальное информирование и разъяснительная работа в экстренных случаях, антикризисные коммуникации при выявлении нарушений со стороны органов внешнего контроля.

Законодательные органы власти являются инициаторами принятия решений на этапах рассмотрения и принятия проектов бюджета и отчетов об их исполнении, а также на этапе контроля исполнения бюджета. Законодательный орган власти как единый политический субъект осуществляет официальное информирование через свои средства массовой информации, сайт и аккаунты в социальных сетях, а также участвует в функционировании парламентской журналистики.

Получатели бюджетных средств реализуют информационную политику преимущественно на стадии исполнения бюджета в период проведения процедур государственных закупок. В рамках взаимоотношений со СМИ они могут использовать различные инструменты связей с общественностью – пресс-мероприятия, корпоративные информационные ресурсы, специальные мероприятия, взаимоотношения с органами государственной власти (как законодательными, так и исполнительными). В условиях борьбы за бюджетные ресурсы имеет место использование негативных технологий, направленных на дискредитацию конкурентов или государственного заказчика.

Органы государственного финансового контроля могут выступать инициаторами информационных сообщений по результатам проверок исполнения бюджета. Их присутствие в публичном пространстве в основном ограничивается официальным информированием.

Политические партии как участники бюджетного процесса могут проявлять инициативу на любом этапе бюджетного процесса, однако их активность часто находит отражение в период принятия бюджета, его исполнения и контроля. Они реализуют свои медийные возможности с

использованием технологий партийного и электорального PR. Нередко используются технологии негативных и антикризисных коммуникаций.

Профессиональные и отраслевые сообщества находят формы самореализации в медиадискурсе преимущественно на стадиях составления проекта бюджета и его рассмотрения. На этапе исполнения бюджета или в конфликтных случаях на этапе контроля реализуются возможности корпоративной защиты/обвинения. Возможно также проведение лоббистских PR-кампаний для принятия значимых для отрасли решений, продвижения конкретных персон как потенциальных субъектов бюджетного процесса, в том числе – кандидатур в органы власти.

Представители экспертного сообщества, несмотря на пассивную роль в бюджетном процессе, являются постоянными источниками сообщений медиадискурса бюджетного процесса на различных его стадиях. Комментарии, аналитические материалы, выступления на профильных мероприятиях и в СМИ помогают сформировать нужное общественное мнение и повлиять на лиц, принимающих решения.

Общественные организации и гражданские активисты, в том числе блогеры, популярные пользователи социальных сетей могут проявлять медийную активность на любом этапе бюджетного процесса, но чаще всего – на стадии рассмотрения и принятия проекта бюджета, а также на этапе его исполнения. С одной стороны, представители объединенных социальных групп, отдельные граждане через обращения в СМИ и записи в социальных сетях отмечают частные случаи, могущие служить иллюстрацией общим явлениям, выявлять отдельные промахи в работе других участников бюджетного процесса. С другой стороны, апелляция к мнению «большинства» или позиции «простого человека» – мощный ресурс политического PR и политической журналистики.

Система СМИ в своей совокупности и комплексе текстов бюджетной тематики воплощается в виде политической журналистики. Ее емкую характеристику дал профессор С.Г. Корконосенко: «СМИ – это не просто канал проведения чьей-либо политической воли. Редакции целенаправленно планируют свою работу, ведут селекцию информационных сигналов, выступают с предложениями о характере деятельности должностных лиц, вырабатывают рекомендации и социальные проекты и добиваются их реализации» [3, с. 63]. С.М. Виноградова добавляет, что в современной политической системе СМИ «отражают окружающий мир и воссоздают его, превращаясь в активных участников политического процесса» [2, с. 22].

Анализ медиадискурса бюджетного процесса позволяет выявить динамику развития и степень сбалансированности исследуемой политической системы. Имеет значение не только количественное представительство различных групп субъектов медиадискурса, но и характер их взаимодействия, равенство возможностей и влияния на бюджетный процесс. При формировании медиадискурса бюджетного процесса участвует большинство субъектов медиополиса [4, с. 42]. Преобладание тех или иных коммуникативных инструментов, доминирование в информационном пространстве одних или других субъектов, политическая повестка дня, ее актуальность и востребованность среди массовой аудитории, влияние СМИ на принятие политических решений – в совокупности эти индикаторы также позволяют дать комплексную характеристику системе политических СМИ.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации.
2. Виноградова С.М. Традиции политического анализа журналистики. Журналистика в мире политики. – СПб, 2004.
3. Корконосенко С.Г. Социальные функции прессы в политической жизни современного российского общества. Автореф. дис. ... д-ра полит. наук. – СПб, 1993.
4. Современный российский медиополис: монография. – СПб, 2012.

#### REFERENCES

1. The budget code of the Russian Federation.
2. Vinogradova S.M. Tradition of political analysis of Journalism. [Traditsii politicheskogo analiza zhurnalistik]. Journalism in the world of politics: St. Petersburg, 2004.
3. Corkonosenko S.G. Social functions of the press in the political life of modern Russian society. [Sotsialnye funktsii pressy v politicheskoy zhizni sovremennogo rossiyskogo obshchestva]. Author. dis. on the competition of graduate. step. D. SC.N. St. Petersburg, 1993.
4. Modern Russian mediapolls: monograph. [Sovremennyy rossiyskiy mediapolls: monografiya]. St. Petersburg, 2012.

**Информация об авторе**

Сулина Олеся Вячеславовна, аспирант 4-ого года обучения заочной формы, кафедра связей с общественностью в бизнесе, специальность «Журналистика», Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия  
[olesya\\_sulina@mail.ru](mailto:olesya_sulina@mail.ru)

Получена: 05.08.2015

**Information about the author**

Sulina Olesya Vyacheslavovna, Postgraduate student, Chair for Public Relations in Business, specialty «Journalism», Higher school of journalism and mass communication, St. Petersburg State University,

Saint-Petersburg city, Russia  
[olesya\\_sulina@mail.ru](mailto:olesya_sulina@mail.ru)

Received: 05.08.2015