

Елена Васильевна Лукашевич

*Россия, Алтайский государственный университет, Барнаул*

## Язык новой российской бюрократии: к методологии исследования

**Ключевые слова:** сайт органа власти, эффективность коммуникации, социопсихолингвистическая модель коммуникации, коммуникативное воздействие, доминантные психолингвистические сценарии, интенциональные модели, тональность общения  
**Key words:** website of a state body, informational influence, efficiency of communication, socio-psycholinguistic communication model, communicative influence, dominant psycholinguistic scenarios, intentional models, tone of communication

### Abstract

The article presents the results of a socio-psycholinguistic research into the efficiency of communication on the websites of the state bodies of the Altai region. Relying on cognitive linguistics and psycholinguistic approaches, the study reveals the mechanisms of communicative influence exercised by state bodies on focus groups and analyses the efficiency of strategies and tactics employed on the websites of the state bodies. The article further scrutinizes various socio-psycholinguistic variables of the communicative model, including the tone and style of interaction on these websites, dominant type of social-communicative interaction, dominant psycholinguistic scenarios, etc.

Состояние русского языка современности во многом зависит от того, кто является для этой современности авторитарной языковой личностью. Считается, что языковым авторитетом советского времени являлся язык художественной литературы, который в 90-е гг. XX в. уступил эти позиции языку СМИ. В связи с различными изменениями в современном российском обществе, на наш взгляд, сегодня можно говорить о том, что у языка СМИ появился серьезный конкурент, который пока не имеет общепринятого именованя: язык власти, язык чиновников, язык бюрократии, официальный дискурс, бюрократический дискурс, «деревянный язык» и т. п.

Рассуждая о соотношении официального дискурса и языка общества, П. Сериио отмечает: «Больше невозможно держать дистанцию: они это мы, мы это они, между нами – один язык» [Сериио 2008: 167].

В 2012–2013 гг. коллектив ученых Алтайского государственного университета работал над проектом «Оценка эффективности коммуникации органов государственной власти Алтайского края с населением: стратегии и технологии» (грант РГНФ, проект № 12-13-22004 а(р)). Его цель – изучение информационного пространства региона на примере анализа официальных сайтов органов власти с точки зрения их открытости и наиболее эффективных коммуникативных стратегий и технологий взаимодействия органов власти с населением.

Новизна нашего исследования заключается в разработке методологии изучения эффективности коммуникации на официальных сайтах органов государственной власти (далее – ОГВ) с учетом социопсихолингвистических и коммуникативных параметров оценки эффективности коммуникации.

В своей статье мы характеризуем такие параметры социопсихолингвистической модели коммуникации на официальном сайте ОГВ, как стиль и тональность общения, доминантные психолингвистические сценарии, интенциональные модели, особенности речевой культуры сотрудников пресс-служб официальных сайтов.

Основную часть материалов на официальных сайтах составляют нормативно-правовые документы, определяющие структуру, полномочия органов власти, аналитические доклады и обзоры, планы работы, установленные формы обращений, заявлений и иных документов, принимаемых к рассмотрению, и др.

Соответственно, основной стиль общения с адресатом сайта – официально-деловой. Адресант максимально абстрагирован (неличность изложения), а в качестве адресата данной информации выступают государство как система государственных органов, юридические лица (целевые организации, например судебные органы), физические лица (журналисты, жители Алтайского края). В силу этого доминирующим типом социально-коммуникативных отношений является тип права – обязанности (государство – государственный орган – гражданин).

Большей частью процесс коммуникации на официальном сайте ОГВ представляет собой линейную коммуникацию. Формы интерактивной коммуникации немногочисленны (форумы, интернет-приемные, ответы на обращения граждан и т. п.). Практически невозможна транзактная коммуникация, которая предполагает не только передачу сообщений, но и обмен сообщениями и их интерпретацию.

Мы рассмотрели речевое воздействие на официальных сайтах ОГВ Алтайского края с точки зрения психолингвистической теории доминантного сценария А. Котова (далее – д-сценарий). Исследователь считает, что каждый публицистический материал содержит в себе некий д-сценарий, имеющий конечной целью оказать то или иное эмоциональное воздействие на адресата [Котов 2004]. Для более полного анализа средств речевого воздействия

на официальных сайтах ОГВ мы дополнили инвентарь «позитивными» д-сценариями. Параметром отнесения д-сценария к «негативному» или «позитивному» для нас служат эмоциональные ощущения, которыми сопровождается активизация д-сценария. Д-сценарии, предложенные А. Котовым («Ограничение», «Опасность», «Присвоение», «Манипуляция» и др.), отнесем к «негативным» (нам неприятно, когда нас ограничивают или пугают), а выделенные нами симметричные д-сценарии («МЫ-ограничение», «МЫ-опасность», «МЫ-присвоение», «МЫ-манипуляция») – к «позитивным». В данном случае под «МЫ» подразумевается группа, к которой относит себя адресант.

Проиллюстрируем возможности использования методики доминантного сценария для установления эффективных способов и средств речевого воздействия на примере одного из сценариев. Выбор сайта Управления федеральной службы судебных приставов по Алтайскому краю (далее – УФССП) в качестве объекта исследования связан с тем, что в сводном рейтинге информационной открытости официальных сайтов Алтайского края в 2012 г. он занимал второе место [Управление федеральной службы...].

Д-сценарий «Тщетность» реализуется в 8,5% новостных текстов на сайте УФССП, он активизируется сообщениями о бесполезности каких бы то ни было действий коммуникатора [Котов 2004]. Для нашего исследования существенно обозначить отсутствие отрицательных коннотаций в понимании терминов «агрессор», «жертва» и др. Подчеркнем и то, что, в отличие от текстов СМИ, в наших материалах эти сценарии используются исключительно в коммуникации адресанта, который и выступает в качестве агрессора, самого УФССП (более 80% текстов).

На сайте УФССП сценарий реализуется в двух вариантах и претерпевает существенные изменения в содержательном плане:

а) Агрессор, в роли которого выступают УФССП или его сотрудники, к этой же группе принадлежит и адресант, предпринимает какие-либо действия, направленные на граждан, в том числе нарушителей закона, чья деятельность относится к компетенции службы судебных приставов, и они приносят желаемый результат, они полезны. Таким образом, «негативный» сценарий «Тщетность» реализуется как «позитивный» сценарий «Польза»:

Неисполнение родительского долга стоило должнику привлечения к уголовной ответственности по ч. 1 ст. 157 УК РФ и последующего наказания в виде исправительных работ сроком на 6 месяцев (8.07.2013).

б) Зеркальным отражением первого варианта служат примеры реализации классического сценария «Тщетность»: агрессоры (должники, нарушители закона) предпринимает какие-либо действия, направленные на жертву (УФССП и его сотрудников), но они не приносят желаемого результата – тщетны попытки должников/нарушителей избежать наказания. Как правило, наблюдается комбинация со сценариями «Обман», «Неадекватность».

Должник различными способами уклонялся от выплаты долга [...]. Судебным приставом-исполнителем установлено имущество должника [...]. Не прошло и одного месяца, как Иванов оплатил задолженность (24.07.2013).

Фактически мы наблюдаем реализацию сценария «Действие» (ср.: у А. Котова встречается только сценарий «Бездействие»). Адресант активно использует коммуникативную тактику похвалы в отношении сотрудников УФССП. Механизмом речевого воздействия здесь выступают рекомендации и предложения контргруппе – адресант в той или иной форме обращается к группе лиц, в которую не входят ни адресант, ни адресат, т. е. к гражданам Алтайского края и службам, ведомствам, которые так или иначе связаны с решением возникших проблем:

Гражданин, принимая на себя кредитные обязательства, должен осознавать свою кредитоспособность до заключения договора (24.07.2013).

По нашему мнению, в этом случае мы наблюдаем прием «управление дистанцией». Причем реализуются как тактика «сближения» с гражданами, органами-партнерами, так и тактика «отдаления» от нарушителей закона, должников. Мы считаем, что тактика «сближения» в наших материалах тесно связана с тактикой комплимента по отношению к гражданам, поскольку явно наблюдается ритуальность речевого действия с установкой на кооперативный тип общения (контакт) с потенциальной аудиторией [Иссерс 1999: 177–182].

На наш взгляд, тактика «сближения» с гражданами лежит и в основе реализации выделенного нами сценария «Призыв» (3,9%), когда коммуникатор побуждает аудиторию к выполнению каких-либо действий, направленных на соблюдение закона и проявление гражданской позиции. Основные речевые действия – рекомендация и напоминание. Его предпочтение, как представляется, связано с учетом фактора дистанции между коммуникантами, «ощущения собеседника» [Клюев 2002: 163].

Напомним, что весь июнь судебные приставы проводят ежегодную широкомащтабную акцию «Вспомни о ребенке – заплати алименты», организовывая встречи должников с представителями тех или иных религиозных конфессий (25.06.2013).

Интен-анализ текстов [Ушакова, Цепцов, Алексеев 1998] позволил установить, что в текстах новостей на сайте УФССП представлены четыре интенциональные категории:

1) «МЫ» – УФССП, судебные приставы, сотрудники аппарата управления (100% текстов); чаще встречается в контекстах с нейтральной или мажорной тональностью – интенции «информация; справедливость/наказание; разоблачение; самопрезентация; презентация/оценивание (+)/похвала; инструкция; успокоение аудитории».

2) «ОНИ» – должники, например злостные неплательщики алиментов, организации, нарушающие требования законодательства, и др. (86% текстов); доминируют контексты с интенциями «справедливость/наказание; критика/оценивание (-)/дискредитация; безличное обвинение; разоблачение; угроза», которые обладают минорной тональностью. Реже эта категория встречается в контекстах с нейтральной тональностью – интенции «информация; предупреждение/совет/рекомендация; побуждение/обращение/призыв; инструкция; объяснение/отсылка». Тексты с мажорной тональностью единичны.

3) «ТРЕТЬЯ СТОРОНА» – чаще всего жители Алтайского края, в том числе дети, которые не получают алименты на содержание; власти различного уровня, полиция и иные службы и ведомства, журналисты (54% текстов); преобладают контексты с интенциями «информация; кооперация; успокоение аудитории/объяснение; призыв/обращение; совет/рекомендация; инструкция», адресованные аудитории, либо третьей стороне в разрешаемой ситуации. Как правило, они обладают нейтральной тональностью.

4) «СИТУАЦИЯ» (38% текстов): в контекстах реализуются интенции «информация, оценивание (-), анализ (-), анализ (+)», направленные на обсуждение важности и актуальности событий, связанных с деятельностью УФССП. Поэтому в оценке исходной ситуации доминирует минорная тональность («задолженности по алиментам исчисляются миллионами!» и др.). Однако профессионализм и социальная ответственность интенциональной категории «МЫ» позволяют вполне успешно разрешить проблемную ситуацию.

Дискурс-анализ текстов официальных ответов на вопросы граждан на официальных сайтах показал, что адресат выступает прежде всего как человек социальный, поэтому при создании текста авторы используют социально-маркированные клишированные единицы языка. Тон ответа, как правило, нейтрален. Анализ лексических средств в текстах ответов не позволил обнаружить ни особой доброжелательности, ни проявлений грубости, иронии и др.

Как правило, для установления коммуникативного контакта с аудиторией говорящий использует риторические приемы диалогизации монологической речи: речевая стратегия – видеть в адресате «активный субъект равноправного речевого взаимодействия» [Сковородников 2005: 157]. Однако наш анализ показывает, что элементы диалогизации на сайтах встречаются, как правило, только в новостных текстах и в рубриках, связанных с обращениями граждан к представителям ОГВ.

Работа с обращениями граждан является обязательной для ОГВ. Поэтому в том или ином формате она представлена на всех официальных сайтах, например в рубриках «Обращения граждан», «Интернет-приемная», «Веб-приемная», «Интернет-форум» и т. п. Как правило, эти рубрики являются справочно-информационными и строятся на основе жанра «вопрос – ответ»: вопрос физического лица и ответ на него представителя ОГВ Алтайского края. На сайтах предлагается информация о предоставлении государственной услуги

по рассмотрению обращений граждан: описываются порядок рассмотрения обращений граждан, фамилия, имя и отчество руководителя подразделения или иного должностного лица, к полномочиям которых отнесено рассмотрение обращений, а также номер телефона, по которому можно получить информацию справочного характера. Граждане и организации могут заполнить электронные формы и задать интересующие их вопросы.

В проанализированных текстах обращений обнаруживается интересная тенденция. С одной стороны, следует учитывать «фактор двойного адресата» [Колтунова 2002: 227], когда адресатом является не только задающий вопрос, но потенциально – любой посетитель данной рубрики. С другой стороны, по аналогии можно говорить о факторе двойного адресанта, поскольку очевидно, что в этом случае адресант в соответствии с требованиями официально-делового стиля выступает как юридическое, а не частное лицо и, как правило, не является автором текста.

Социальная характеристика адресанта, представителя ОГВ, включает фамилию, инициалы/имя-отчество и должность: *Такаш В. Б., заместитель руководителя инспекции АК по надзору в строительстве; заместитель председателя краевого суда Сергей Павлович Камнев* и др.

Отмечены случаи неформального для российского общества представления автором текста официального лица по имени-фамилии вместо трехчленного именованья: *заместитель руководителя региональной инспекции по надзору в строительстве Вадим Перегудов; губернатор Александр Карлин*. Так, например, М. Колтунова отмечает, что двучленное именование первых лиц государства «является грубейшим нарушением русского речевого этикета» [Колтунова 2002: 239].

Анализ ответов официальных лиц показал, что текст, как правило, включает этикетную рамку (приветствие, прощание, обращение, выбор Вы-речи и др.), элементы повествования (историю вопроса) и речевое действие. Выбор вежливой формулы Вы-речи (Вы с прописной буквы) в 100% текстов ответов позволяет сохранить дистанцию между участниками речевого процесса. Для ответов официальных лиц характерна тональность с доминированием обязательного предписания. В связи с этим в текстах ответов соблюдается административный речевой этикет: предпочтительная форма обращения *Уважаемый И. О.!* Исследователи отмечают, что включение в формулу обращения фамилии адресата «придает тексту документа вежливо-официальный оттенок» [Панов (ред.) 2005: 885].

Обратим внимание на варианты отступления от стандарта. Так, в тексте всех ответов на сайте инспекции Алтайского края по надзору в строительстве отсутствует приветствие. Причем приветствие не используется даже в тех случаях, когда оно есть в тексте вопроса (нарушение закона зеркального развития общения). Нет в текстах и заключительной фразы – формулы вежливости «с уважением».

На сайте краевого суда факультативным является использование обращения «уважаемый», но обязательна формула «с уважением»:

Здравствуйте, Игорь Геннадьевич! Ответ на ваш вопрос дан вам лично. С уважением, Владимир Викторович Ким, помощник председателя краевого суда.

Единичные случаи обращения только по имени используются лишь тогда, когда автор вопроса, представляясь, не назвал своего отчества:

Уважаемая Ирина! Инспекцией рассмотрено Ваше обращение об отзыве Администрацией города Барнаула разрешений.

Интересным для нашего исследования представляется анализ этикетной рамки вопроса. 29% обратившихся за консультацией в инспекцию Алтайского края по надзору в строительстве использовали универсальные формулы приветствия: «Здравствуйте» (18%), «Добрый день» (11%). Причем важно отметить, что «Здравствуйте!» используется только в 5% случаев, чаще пишущий ставит даже не запятую, а точку. Обращение отсутствует. В качестве имплицитного обращения можно, по нашему мнению, рассматривать именованные речевых действий: «подскажите, скажите, проверьте, объясните» (24%) – как правило, в сочетании с «пожалуйста». Возможно, эти формулы выбраны пишущим, который понимает важность соблюдения ритуала официального общения, но не знает, как обратиться к представителю инспекции. 47% задающих вопрос не посчитали нужным использовать формулы речевого этикета.

По мнению М. Колтуновой, в современном деловом общении «императивность уступает место принципу сотрудничества» [Колтунова 2002: 237]: «Мы постарались сделать наш сайт максимально удобным для поиска и получения необходимой вам информации». Подобная позиция адресанта важна еще и потому, что предполагает «готовность признать позицию собеседника, само право на существование такой позиции» [Колтунова 2002: 255].

Таким образом, коммуникация на официальных сайтах ОГВ строится на основе учета интересов государства и корпоративных интересов органа власти. Основные функции коммуникации ОГВ с населением: предписание (директивность, инструкция) и информирование. Индекс официальности коммуникации высокий, чему в значительной степени способствуют высокая стереотипность ситуаций, языковой стандарт и социальная заданность коммуникации; в то же время следует отметить отсутствие общепринятых этико-речевых норм коммуникации. Анализ материалов официальных сайтов органов государственной власти Алтайского края потребовал расширения существующего инвентаря психолингвистических сценариев, разработанного для публицистических текстов: дополнения его новыми типами сценариев, уточнения особенностей реализации сценариев в содержательном плане. Так, обнаружено, что в информирующих текстах официальных сайтов доминантные сценарии используются в основном в коммуникации органа

власти. Основные стратегии коммуникации органов власти с различными целевыми аудиториями, которые в той или иной степени характерны для всех официальных сайтов: стратегии самопрезентации, сближения с адресатом, управления дистанцией, ценностная ориентация адресата.

## Литература

- Иссерс О., 1999, *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*, Омск: Издательство ОмГУ, 1999.
- Клюев Е., 2002, *Речевая коммуникация*, Москва: Рипол Классик.
- Колтунова М., 2002, *Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет*, Москва: Издательство экономической литературы.
- Котов А., 2004, *Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах*, <http://www.harpia.ru/d-scripts.html> (дата обращения: 3.02.2014).
- Панов М. (ред.), 2005, *Эффективная коммуникация: история, теория, практика: словарь-справочник*, Москва: ООО «Агентство КРПА Олимп».
- Серио П., 2008, Деревянный язык, язык Другого и свой язык. Поиски настоящей речи в социалистической Европе 1980-х годов, *Политическая лингвистика* [Екатеринбург], вып. 5 (25), с. 160–167.
- Сковородников А., 2005, Диалогизация монологической речи [в:] А. Сковородников (ред.), *Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты*, Москва: Флинта – Наука, с. 114–116.
- Ушакова Т., Цепцов В., Алексеев К., 1998, Интент-анализ политических текстов, *Психологический журнал*, т. 19, № 4, с. 98–109.

## Источники

- Алтайский краевой суд, <http://kraevoy.alt.sudrf.ru/modules.php?name=information> (дата обращения: 13.02.2014).
- Инспекция Алтайского края по надзору в строительстве, <http://www.gsn22.ru/>, обновленный сайт с 1.01.2013 г.: <http://www.giak.ru> (дата обращения: 13.02.2014).
- Управление федеральной службы судебных приставов по Алтайскому краю, <http://www.r22.fssprus.ru/> (дата обращения: 13.02.2014).