

## Использование средств выразительности в госпабликах (на примере государственных медиаресурсов Республики Татарстан)

Научный руководитель – Гарифуллин Васил Загитович

*Сысоева Алина Юрьевна*

*Аспирант*

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, Казань, Россия

*E-mail: sysoevalisha@yandex.ru*

Предоставление полной и достоверной информации о работе органов власти и подведомственных учреждений в понятной и доступной форме – одна из главных задач органов власти по администрированию официальных групп и каналов в социальных сетях. Официально в России данная работа ведется с 2022 года [4]. Однако, на данный момент, тексты в личных аккаунтах государственных и муниципальных служащих, а также в официальных группах и каналах органов власти (далее – госпаблики) преимущественно написаны в официально-деловом стиле с избытком вводных конструкций, осложнением предложений обособленными оборотами, активным употреблением отглагольных существительных и других грамматических средств, подчеркивающих официальность и обезличенность. Изобразительно-выразительные средства языка в таких пабликах применяются крайне редко.

В лингвистическом аспекте госпаблики в социальных сетях пока мало исследованы. Несмотря на то, что данное направление исследований имеет большое значение как с научной, так и практической стороны, на наш взгляд, ученые уделяют недостаточно внимания изучению стилистических особенностей текстов, применению средств выразительности и языка, а также корреляции языка и стиля текста госпаблика с вовлеченностью аудитории.

Тем не менее, в некоторых научных работах поднимаются вопросы понятности и удобства текстов для восприятия и формирования лояльности аудитории [Лаврикова, 2024: 182], проблемы наличия в текстах «канцеляритов, профессиональной терминологии или клишированных фраз», которые создают, в большей степени, эффект «незаинтересованности автора в реакции получателя, который в свою очередь, понимает, что текст написан для отчетности, и автор говорит не с ним» [Алымова, 2023: 189]. В официальных рекомендациях одним из ключевых «посланий» является открытость руководителей различных звеньев управления к диалогу с жителями, информационный стиль контента, простой язык текстов и рассказ о событиях через истории людей [5: 8-9, 14]. Отметим, что для реализации задач каждому администратору важно сформировать свой стиль коммуникации, который будет отличаться от иных официальных текстов.

Об усилении действенности высказываний языковыми средствами, в том числе выразительными средствами языка, в свое время говорил и Д.Э. Розенталь отмечая, что в этом случае, к чисто логическому его содержанию, добавляются различно экспрессивно-эмоциональные оттенки [3: 378].

В ходе нашего качественного и количественного контент-анализа было проведено сравнение аккаунтов глав муниципальных образований и госпабликов районов Республики Татарстан за 2023-2024 гг. на трех площадках (соцсетях «ВКонтакте» и «Одноклассники», мессенджере «Телеграм») на предмет применения изобразительно-выразительных средств языка. Результаты исследования показали, что данный разряд языковых средств в госпабликах используется очень редко. К примеру, в телеграм-канале главы района с 576 постами, тропы применялись 7 раз, стилистические фигуры – 4 раза. В соцсетях также

главы района с 1,5 тыс. постов, тропы применялись 16 раз, стилистические фигуры – 12 раз. Однако выявлены и положительные результаты их применения в виде повышения количества подписчиков и уровня вовлеченности. В результате мы можем говорить, что подобные тексты эффективны при сообщении актуальной информации населению и выстраивании прямого, доверительного взаимодействия.

При регулярном применении изобразительно-выразительных средств и изменении общей стилистики повествования в госпаблике одного из районов ВКонтакте количество подписчиков увеличилось за год (сентябрь 2023 и 2024 гг.) на 41%, вовлеченность группы на 33%. По Одноклассникам нет данных по подписчикам до марта 2024 г., однако отметим рост к сентябрю на 40% и качественный рост показателей «нравится» на 93% и «комментарии» на 99%.

В текстах госпабликов чаще встречаются тропы (эпитеты, метафоры и олицетворение), реже – сравнение и перифраз, который встречается как в положительном, так и отрицательном значении. Также нередко применяется инверсионное построение предложений, которое усиливает смысловую нагрузку и переводит высказывание из нейтрального плана в экспрессивно-эмоциональный.

Возможности использования стилистических средств и риторических приемов различаются в зависимости от площадки. Так, в Телеграме тропы и стилистические фигуры применяются чаще. В том числе и ирония, которая имеет негативный фон и редко применяется даже при устной коммуникации; а также стилистические фигуры в виде риторических вопроса и обращения с негативным оттенком и завуалированным директивным указанием.

Резюмируя, отметим, что при использовании выразительных средств языка стремительных изменений как положительных, так и в негативных, не наблюдается. Процесс коммуникации, рост подписчиков и вовлеченности происходит постепенно, параллельно с формированием интереса и доверия потенциального подписчика. При запуске новой группы или аккаунта важно обращать внимание на первое сообщение – оно уже должно быть написано в предполагаемом стиле коммуникации, отвечать на базовые вопросы и быть легким для восприятия. Подчеркнем и то, что применение изобразительно-выразительных средств языка дают положительный эффект на старте выстраивания диалога с населением и при ежедневной коммуникации, содействует повышению уровня лояльности и доверия и реализации концепции «новой искренности» [6].

### Источники и литература

- 1) Алымова Е. В. Современный язык масс-медиа на примере требований к текстам госпабликов // Векторы развития русистики и лингводидактики в контексте современного филологического образования: сборник научных статей / Астраханский государственный университет. Астрахань, 2023. С. 188–190.
- 2) Лаврикова Д.В. Адаптация языка государственных структур к требованиям современной коммуникации (на примере текстов госпабликов) // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». 2024. № 1 (80). С. 178–184.
- 3) Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка: Учеб. для вузов по спец. «Журналистика». М., 1987.
- 4) В России вступил в силу закон об обязанности госорганов вести страницы в соцсетях: <https://tass.ru/obschestvo/16469577>
- 5) Методические рекомендации «Эффективный госпаблик города, района, поселения»: [https://dialog.info/wp-content/uploads/2023/06/Gospabliki\\_OMSU\\_metodichka\\_Dialoga.pdf](https://dialog.info/wp-content/uploads/2023/06/Gospabliki_OMSU_metodichka_Dialoga.pdf)

б) Новая искренность в политике: <https://dialog.info/novaya-iskrennost-v-politike/>