

Научная статья

УДК 651.758

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-1-145-155>

ПОНЯТНЫЙ ЯЗЫК: ФАКТОР АДРЕСАТА

**Валерий Анатольевич
Ефремов¹**

**Юлия Сергеевна
Андреева²**

¹ Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

Санкт-Петербург, Россия, valef@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0247-706X>

² Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
Москва, Россия

andreeva-yus@ranepa.ru

Аннотация. Статья продолжает серию работ авторов, продвигающих концепцию *понятного языка* (plain language) как особой формы стиля коммуникации государства с гражданами, рассчитанного на гармонизацию общения и снижение социального напряжения. Взаимодействие органов власти с гражданином предполагает, что основная задача такой коммуникации – помочь ему решить его проблемы, опираясь на законодательство и соблюдая все необходимые требования. В данном исследовании анализируются проблемные зоны такого важного параметра официально-деловой коммуникации, как фактор адресата, структурно вербализованный прежде всего разнообразными фатическими средствами. Базовая синтаксическая и этикетная единица, эксплицирующая фактор адресата, – обращение. Анализ накопленного на протяжении многих лет большого массива ответов государственных служащих гражданам Российской Федерации, а также информационных сообщений официальных структур в виде разнообразных объявлений, позволяет выделить такие потенциально агональные зоны официальной коммуникации, как замена обращения приветствием, обобщенное обращение, деперсонализация, необоснованный повтор обращения и многое другое. В работе также описываются и такие типы нарушения реализации фактора адресата, как смешение *Вы-* и *вы-*регистров, некорректное оформление обращений при использовании новых технологий коммуникации, неудачные подписи авторов (исполнителей) ответов. В конце статьи приведены актуальные, недавно возникшие в письменной коммуникации государственных организаций и граждан тенденции, напрямую связанные с реализацией фактора адресата. Некоторые из них можно оценить как положительные (использование в официальных сообщениях *мы-инклюзивного*), некоторые – как амбивалентные (упразднение обращений).

Ключевые слова: понятный язык, фактор адресата, официально-деловая переписка, эпистолярный этикет, обращение.

Для цитирования: Ефремов В. А., Андреева Ю. С. Понятный язык: фактор адресата // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2024. Вып. 1 (17). С. 145–155. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-1-145-155>

Сведения об авторах: В. А. Ефремов – доцент, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 191186, Россия, г. Санкт-Петербург, набережная реки Мойки 48;

Ю. С. Андреева – исполнительный директор Центра понятного языка, руководитель группы Центра внедрения клиентоцентричного подхода, Институт Высшая школа государственного управления (ВШГУ), Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), 119571, Россия, г. Москва, проспект Вернадского, д. 82, стр. 1.

© Ефремов В. А., Андреева Ю. С., 2024



Scientific Article
UDC 651.758
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-1-145-155>

PLAIN LANGUAGE: THE ADDRESSEE FACTOR

*Valeriy A. Efremov*¹

*Yulia S. Andreeva*²

¹ Herzen State Pedagogical University of Russia
Saint-Petersburg, Russia, valef@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-0247-706X>

² Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration
Moscow, Russia
andreeva-yus@ranepa.ru

Abstract. The article continues a series of works by the authors promoting the concept of plain language as a special form of language for interaction between the government and citizens, designed to harmonize communication and reduce social tension. The main task of communication between the authorities and citizens is to help people solve their problems, relying on legislation and complying with all necessary requirements. This study analyzes the problem areas of such an important parameter of official business communication as the addressee factor, structurally verbalized primarily by various phatic means. The basic syntactic and etiquette unit explicated the addressee factor is the address. Analysis of a large corpus of responses from civil servants to citizens of the Russian Federation, as well as information messages from official structures in the form of various announcements, allows us to identify such potentially agonistic zones of official communication as replacing an address with a greeting, depersonalization, unreasonable repetition of an address, and much more. The work also describes such types of violation of the implementation of the addressee factor as mixing the *You*- and *you*-registers, incorrect use of addresses when using new communication technologies, unsuccessful signatures of the authors (performers) of the answers. At the end of the article, the authors give examples of actual, recently emerged trends in written communication of state organizations and citizens, directly related to the implementation of the addressee factor. Some of them are positive (the use of *we*-inclusive in official communications), some are ambivalent (the abolition of appeals).

Keywords: plain language, addressee factor, official business correspondence, epistolary etiquette, address.

For citation: Efremov, VA & Andreeva, YuS 2024, 'Plain Language: the Addressee Factor', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 1 (17), pp. 145–155, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-1-145-155> (in Russ.)

Information about the Authors: *Valeriy A. Efremov* – Associate Professor, Doctor of Science (Philology), Professor, Head of the Department of the Russian Language, Herzen State Pedagogical University of Russia, 48, emb. Moika River, Saint-Petersburg, 191186, Russia;
Yulia S. Andreeva – Executive Director of the Center for Plain Language, Head of the group of the Center for Implementation of a Client-Centric Approach, Institute Higher School of Public Administration, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), 82, building 1, ave. Vernadskogo, Moscow, 119571, Russia.

© Efremov N. A., Andreeva Yu. S., 2024

Введение

Понятный язык (англ. *plain language*) – термин, относительно недавно появившийся в русскоязычном пространстве: как в собственно лингвистических исследованиях (см. краткую историю в [15]), так и в деловой коммуникации и делопроизводстве [7]. Согласно формулировке Международной федерации понятного языка «текст написан на понятном языке, если выбор слов и построение предложений в нем, а также его содержание, структура и оформление позволяют читателю легко найти нужную информацию, понять её и использовать» [10].

В России проблема понятного языка еще только начинает осознаваться как важная и актуальная: никакого монографического или масштабного исследования этой части официально-деловой коммуникации, в которую вовлечено огромное количество граждан, пока не существует, кроме практико-ориентированной работы авторов [1]. Вместе с тем наличие проблемы коммуникации государства (органов власти) и населения (граждан) все чаще привлекает внимание других специалистов: от законодателей и юристов до специалистов в области (цифровой) коммуникации государства и граждан.

В рамках актуального социального запроса на толерантное, гармоничное и одновременно успешное общение особую значимость приобретает тезис о том, что соблюдение параметров понятного языка позволяет полностью соответствовать одной из главных коммуникативных задач государства – ориентироваться на рядового пользователя, человека без специального юридического или филологического образования. К социальным причинам, предопределившим необходимость понятного языка, можно отнести следующие: низкие юридическая и правовая грамотность населения, слабая интернет-грамотность представителей старшего поколения, плохое владение навыками чтения и создания текстов официально-делового стиля и др.

В работе [1] нами уже была предпринята попытка параметризации понятного языка, в том числе и с точки зрения таких мало учитываемых в традиционной теории и практике официально-деловой переписки экстралингвистических факторов, как этичность и эмпатичность.

Представляется, что современная коммуникация государственных служащих и граждан Российской Федерации определяется в том числе и соответствием ожиданиям адресата и способностью сохранять партнерские отношения. На наш взгляд, в ситуации письменной коммуникации российских государства и граждан эмпатичность (в широком понимании термина) в аспекте понятного языка может быть описана через следующие параметры.

1. Учет социопсихологических особенностей адресата (возраст, гендер, образование, социальный статус и др.).
2. Отсутствие речевой агрессии (в т. ч. иронии).
3. Опора на конкретную, заявленную проблему адресата.
4. Корректная переадресация в другие органы (если требуется).
5. Наличие альтернативных решений (если требуется).
6. Отсутствие безразличия.
7. Вежливость отказа (при необходимости).

В связи с разработкой проблемы эмпатии как одного из важных критериев понятного языка необходимо проанализировать такую проблемную зону современной коммуникации государства с гражданами, как адресность (отнесенность к конкретному человеку) ответов на запросы. Адресность – это частный случай реализации фактора адресата, который имеет особо важное значение в официально-деловой переписке, характеризующейся несимметричной субъектностью участников коммуникации: «Для установления контакта адресант должен обладать правильно сформированным образом адресата, который создается на основе имеющейся у адресанта

информации о его социальном и когнитивном статусах, мировоззренческих и эмоциональных установках и т. п.» [9, с. 61].

Исследование фактора адресата может базироваться на разных методологических основах: теория речевых актов, социолингвистика, когнитивная лингвистика, речевой этикет. После выхода в свет статьи Н. Д. Арутюновой [3] фактор адресата привлекает к себе внимание ученых, работающих в разных областях филологической науки: от теории художественных текстов [2] и судебной коммуникации [9] до проблем перевода [11] и орфографии [6]. Если же говорить о собственно официально-деловом дискурсе, то в нем «фактор адресата – явление очень многообразное, он находит выражение и в специальных языковых клише, и в композиции, и в реквизитах делового документа» [4, с. 11–12].

Общим местом для современных исследований в области прагматики становится идея о том, что учет фактора адресата напрямую связан со строго обязательной оценкой отправителем сообщения «интеллектуальных и рабочих возможностей адресата в пределах конкретного контекста речи: опираясь на результаты этой оценки, говорящий “упаковывает” передаваемое содержание эффективным образом, чтобы адресат мог легко его усвоить» [14, с. 36–39].

Исследование

Специалист в области деловой и официальной коммуникации Е. П. Буторина предлагает использовать для анализа классической деловой коммуникации применительно к категориям *вежливость – антивежливость* параметр «свой» – «чужой», рассматриваемый как субъективный и связанный с интерперсональными границами признак партнера [6]. (Ср.: «Анализ деловых и рекламных писем разных организаций позволил <...> выделить три типа адресата «свой» – «чужой» – «квазисвой» и использовать его как разграничитель писем: деловое письмо – письмо по делу – рекламное письмо» [12, с. 337]). Оценка партнера в деловой коммуникации по параметру «свой» – «чужой» представляется перспективной, однако в официально-деловой речи такая категоризация практически не учитывается. Одновременно реализация фактора адресата в аспекте понятного языка предполагает более личностную ориентацию на гражданина, чем это принято сейчас в большинстве государственных органов.

1. Обращения. Серьезной проблемой современной официально-деловой переписки в аспекте фактора адресата становится, как это ни странно, проблема обращения. Отметим распространенные и наиболее конфликтогенные с точки зрения понятного языка способы использования этого фатического средства.

1. Стандартизированное обращение с ошибкой (фамилия вместе с именем–отчеством) и неустраненный выбор гендерной принадлежности.

Полученное от департамента ЖКХ г. Москвы уведомление на имя одного из авторов данной статьи начиналось обращением «*Уважаемый(ая) Андреева Юлия Сергеевна!*». В современном деловом этикете «Уважаемый...» – наиболее распространенный компонент обращения: он употребляется как нейтральная форма вежливости, обычно в сочетании с именем либо с именем-отчеством адресата, но никак не с полной, трехчастной моделью «фамилия – имя – отчество». Кроме того, в данном обращении не определена гендерная принадлежность, гражданина: не сделан выбор между *уважаемый* и *уважаемая*. Такое, явно формальное и не подстроенное под конкретного человека, обращение вызывает негативную реакцию у адресата, так как становится показателем низкой вовлеченности адресанта в содержание письма, в суть решаемой проблемы.

2. Грамматическая ошибка в обращении как следствие механического использования шаблона. Так, в официальном письме, направленном от лица одной из федеральных служб директору Центра современных коммуникаций РАНХиГС

было использовано обращение «*Уважаемый Лариса Валерьевна!*». Несогласованность прилагательного с именем существительным считается грубейшей грамматической ошибкой. Кроме того, такое обращение может быть интерпретировано и как неосознанное проявление сексизма: быть может, адресант предполагает, что должность руководителя должен занимать именно мужчина.

3. Пунктуационная ошибка в оформлении обращения (и приветствия). Гетерогенная (устно-письменная) природа коммуникации социальных сетей может привести к тому, что адресант, используя устное приветствие вместо письменного обращения, ставит точку там, где должен быть восклицательный знак. В качестве примера приведем два ответа, опубликованных мэрией Новосибирска в социальной сети «ВКонтакте» на запрос одного из граждан:

(1) *«Дима, здравствуйте. Мэрия города Новосибирска занимается расселением многоквартирных домов, признанных аварийными и подлежащими сносу, в установленном Правительством Российской Федерации порядке»*

(2) *«Дима, добрый день. Ваш вопрос передан специалистам. Мы постараемся ответить до 21 февраля».*

Выбор точки после первого предложения, состоящего из обращения и приветствия, некорректен с точки зрения правил пунктуационного оформления, принятых в деловой переписке. Само собой разумеется, что верно выбранное обращение задает нужную тональность всему письму, однако приведенные примеры убедительно демонстрируют, что представитель мэрии (во втором случае еще и от лица самого мэра) не ставит перед собой задачу как-либо помочь адресату.

Важно также отметить, что для коммуникации в социальных сетях, в которых быстрая обработка полученного запроса от заявителя – одна из главнейших задач, обращение по имени в целом можно считать допустимым (например, в ситуации, когда нет возможности узнать полные ФИО), однако использовать диминутивную форму (*Дима*) вместо полной (*Дмитрий*) – крайне неудачная коммуникативная тактика, создающая ощущение не официально-деловой коммуникации, а сугубо частной беседы.

4. Обобщенное (неперсонифицированное) обращение типа «*Уважаемый заявитель!*», «*Уважаемый потребитель!*», «*Уважаемый член общества...*» и т. п. Подобные обращения могут встречаться при заведомом знании имени адресата, которое обычно указано в письме-запросе, однако, несмотря на это, к гражданину обращаются исключительно как к носителю той или иной социальной роли. Этот характерный для делового дискурса признак номинации гражданина через его социальную функцию, уместный в таких жанрах официальных документов, как кодекс, закон, распоряжение и многих других, прагматически крайне неудачен в прямой коммуникации с гражданами.

Неперсонифицированные обращения нарушают эмпатичность официально-делового письма, редуцируют фактор адресата до обезличенности, что, безусловно, нарушает нормы понятного языка: одна из главных задач обращения как фатического средства – реализовать успешное установление, поддержание и завершение контакта. Следовательно, и в концепции понятного языка, и с точки зрения норм эпистолярного этикета выбор обобщенного обращения в деловой переписке не способствует достижению коммуникативной цели.

5. Замена обращения приветствием. Иногда вместо обращения государственные служащие используют приветствия типа «*Здравствуйте!*», «*Добрый день!*» и т. п. Например, адресаты часто получают подобные ответы на вопросы, размещенные в электронном виде на портале ПАО «Россети Центр»: «*Добрый день! Вам необходимо подать заявку на портале [tp. rf](http://www.rsc.ru). Для подробного разъяснения обращаться на горячую линию 8-800-220-02-20».*

Так как обращение – это обязательный этикетный элемент, к которому общество предъявляет определенные требования, обеспечивающие условия успешной коммуникации, замена обращения приветствием – крайне неудачная идея. Подобное, редуцирующее до нуля фактор адресата, начало письма не только обезличивает, но и устраняет фигуру гражданина, направившего запрос, что никак не способствует гармонизации общения и в силу высокой степени стандартизованности и формальности может быть воспринято как отписка.

6. Номинация адресата вместо обращения в третьем лице обычно выглядит как результирующая (и это в самом начале текста!) часть ответного письма: «Рассмотрено обращение *Фамилия*». Обычно сами госслужащие оправдывают такой подход отсутствием имени–отчества в исходных данных запроса.

Сюда же относятся многочисленные примеры начала ответного письма в виде: «Заявитель может обратиться в...». Такого рода конструкции никак не благоприятствуют успешности коммуникации государственных служб и граждан. Кроме того, подобные инициальные предложения не соответствуют и представлениям о понятном языке: зачастую адресат не сразу понимает, что речь идет именно о нем, даже в том случае, если его фамилия используется в конструкции, подобной описанной выше.

7. Повтор обращения в конце письма. В качестве примера приведем ответ одной из федеральных служб на интернет-запрос. В начале письма присутствует традиционное обращение «*Уважаемый В**!*»; в конце обращение повторяется: «*Уважаемый В**, направляйте обращения с помощью сервисов “обратиться в ХХХ России” и “Личный кабинет”. Это ускорит получение ответа*». Такой полный повтор имени гражданина формально не нарушает нормы официально-деловой переписки, но может создавать у адресата странное ощущение чрезмерности проявления к нему уважения.

Теоретически структура письма с повторяющимся обращением как будто бы позволяет вербально выразить желание адресанта разрешить возникшую проблему, подчеркнув уважение к адресату. Однако столь гиперкорректная этикетная форма вежливости удачна лишь в дипломатическом подстиле и в письмах некоторых жанров (например, соболезнование, юбилейное поздравление). В официальных ответах государственных структур на рядовой запрос гражданина в большинстве случаев такая коммуникативная тактика выглядит излишней.

8. Нетождественность форм обращений от одной и той же организации к одному и тому же гражданину. В качестве примера можно привести 4 (четыре!) разных инициальных предложения писем, пришедших в течение трех недель с портала «Госуслуги» одному из авторов этой статьи: «*Здравствуйте, Юлия Сергеевна!*»; «*Здравствуйте, Андреева Юлия Сергеевна!*»; «*Юлия Сергеевна!*»; «*Юлия Сергеевна*».

С точки зрения лаконичного и понятного языка из всех перечисленных примеров верным следует признать только один, по имени-отчеству. Указание фамилии в сочетании с именем-отчеством в обращении недопустимо (об этом речь шла выше). Следует также обратить внимание на традицию выбора знака препинания после обращения. Запятая после обращения придает письму будничность, а восклицательный знак акцентирует внимание на значимости и официальности письма. Использование в официально-деловой переписке после обращения точки, а не восклицательного знака гасит интонацию обращения и в некоторых случаях может содержать (или быть воспринят как) подтекст недовольства, связанный с отсутствием установки на гармоничное общение. Обращение без каких-либо знаков препинания можно считать пунктуационной ошибкой и формой игнорирования адресантом степени важности указанного средства общения. Ведь адресат – это то лицо, которое

«может быть определенным образом охарактеризовано, причем коммуникативное намерение автора речи должно быть согласовано с этой его характеристикой» [3, с. 358].

9. Отсутствие обращения (деперсонификация адресата). Обычно в подобных случаях официальный ответ государственной организации сразу же начинается с фразы «Ваше обращение рассмотрено...». Такие инициальные предложения можно встретить в качестве внутренних рекомендаций некоторых государственных органов – для тех случаев, когда не представляется возможным установить имя (и отчество) адресата. Примером может служить одна из версий проекта стандарта Федеральной налоговой службы по ответам на обращения, пункты 4.1.2 – 4.1.4 которой гласят: «Персональное обращение к заявителю должно быть выражено в следующей форме: «Уважаемый <Имя Отчество>!». В случае если отчество гражданина неизвестно, то персональное обращение к заявителю должно быть выражено в следующей форме: «Уважаемый <Имя Фамилия>!». В случае если имя и отчество гражданина неизвестны, то персональное обращение не употребляется». Таким образом, в некоторых случаях отказ от обращения обоснован недостаточностью данных о личности гражданина, вместе с тем стоит напомнить, что в русском письменном деловом этикете существует и такая форма обращения, как «Г-н <Фамилия>!», например.

II. Иные нарушения реализации фактора адресата

1. Вы- vs вы-регистр: ошибки при апелляции к одному лицу.

Примером, в котором к конкретному лицу обращаются на «вы» со строчной вместо прописной буквы, может стать ответ в социальной сети «ВКонтакте» сотрудника пресс-службы Министерства транспорта Республики Беларусь: «Урал Хазмин, добрый день. Ваше обращение получили. Обязательно вам ответим. Нина Кашипова, сотрудник пресс-службы Минтранса РБ».

Местоимения «Вы» и «Ваш» рекомендуется писать с прописной буквы в случае корректного, вежливого использования в адрес одного лица. Однако следует признать, что осознанное «занижение» регистра как попытка демонстрации дружелюбия и намерения адресанта соответствовать коммуникативной ситуации общения в социальных сетях становится все более частым примером не только в повседневной интернет-коммуникации, но и в пространстве делового дискурса. Справедливости ради стоит отметить, что подписывается Минтранс Республики Беларусь дружелюбно и открыто: с именем и фамилией сотрудника, что крайне редко встречается в коммуникации органов власти с гражданами.

2. Неаккуратное использование новых технологий коммуникации.

Так, заставка одного из персональных, отправленных через официальный интернет-портал жалоб и предложений «Добродел» видеообращений губернатора Московской области А. Ю. Воробьева выглядит следующим образом:

«ЛАРИСА НИКОЛАЕВНА
ДЛЯ ВАС ПЕРСОНАЛЬНОЕ ОБРАЩЕНИЕ
ОТ ГУБЕРНАТОРА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
АНДРЕЯ ВОРОБЬЕВА»

Данный текст не соответствует принципам понятного языка: во-первых, в нем есть пунктуационная ошибка (отсутствие знака препинания после обращения); во-вторых, он целиком набран прописными буквами (капитализация как красивая (?) визуализация). Однако единая высота букв не даёт правильного прочтения словоформы «(для) Вас / вас»: с прописной буквы обращаются к гражданину или со строчной. А так как этот аспект отношения к адресату играет важную роль, особенно для представителей старшего поколения, можно предположить, что часть граждан посчитает подобную форму неуважительной.

Следует отметить, что под видеообращениями главы региона регулярно появляется эксплицитное недовольство граждан, связанное с некорректными, на их взгляд, обращениями: «*старушке 90 лет, а обращаются к ней “Нина”, никакого уважения*»; «*обратились просто по имени без отчества*».

3. **Подпись исполнителя ответа** также имеет прямое отношение к теме адресности. Традиционная практика оформления этого реквизита обычно включает фамилию и инициалы, однако в случае возможной неоднозначной трактовки подписи, как правило, адресанта не беспокоит проблема выбора ответного к нему / к ней обращения.

Так, один из ответов Министерства внутренних дел по Республике Крым содержит подпись исполнителя в виде «*исп. Бочуляк К. Н.*». Данную подпись следует признать крайне неудачной: из нее совершенно не ясно, во-первых, мужчина это или женщина, во-вторых, какие у этого человека имя и отчество. И даже если в ответном письме использовать только фамилию, решить проблему обращения не удастся («*господин или госпожа Бочуляк?*»).

Действительно, подпункт 5.25 пункта 5 «Оформление реквизитов документов» ГОСТ Р 7.0.97-2016 гласит, что «*отметка об исполнителе включает фамилию, имя и отчество исполнителя, номер его телефона*» [13], однако ГОСТ не содержит никакого упоминания о допустимости сокращённой формы и в качестве примера приводит следующий вариант подписи: *Забелин Иван Андреевич, Контрольное управление, ведущий специалист, +7(495) 924-45-67, Zabelin@gov.ru.*

Дополнительная информация о должности и способах контакта указана как факультативная: «*Отметка об исполнителе может дополняться наименованием должности, структурного подразделения и электронным адресом исполнителя*» [13], поэтому в ряде случаев игнорируется адресантами. Однако, подчеркнем еще раз, и с точки зрения ГОСТа, и в аспекте понятного языка фамилия, имя и отчество исполнителя – это важнейший элемент реализации фактора адресата официально-делового письма.

III. Актуальные тенденции в реализации фактора адресата

1. **Мы-регистр** сокращает дистанцию между государственными службами и гражданами. Так, информационный баннер «Ценности московских поликлиник» (программа Департамента здравоохранения города Москвы 2022 г.) гласит: «*Дорогие пациенты! Мы определили главные принципы и ценности в своей работе и будем стремиться им следовать*». Выбор обращения «Дорогие пациенты!» следует оценить амбивалентно. С одной стороны, более дружелюбная форма обращения вместо привычно официальной «Уважаемые...» позволяет проявить участливое отношение к посетителям, сократить дистанцию и продемонстрировать клиентоцентричное речевое поведение. С другой стороны, не все потенциальные посетители медицинского учреждения готовы считать себя пациентами: данная номинация все-таки сохраняет негативную коннотацию, пусть и не столь ярко выраженную, как у лексем «больной».

«Анализ текстов деловой корреспонденции позволяет сделать вывод о том, что фактор адресата и его учет выступает необходимым условием повышения эффективности представления информации и воздействия на поведение адресата» [5, с. 153]. Обращение к конкретным заинтересованным лицам, целевой аудитории информационных баннеров, использование слов с положительной эмоциональной окраской в обращении (*дорогие, уважаемые* и проч.) выполняют роль «психологического моста» между адресантом и адресатом. Однако такое обращение, нацеленное на установление успешного контакта с аудиторией, прагматически выигрышно только тогда, когда правильно подобраны все лексем.

2. Намеренный отказ от обращения. В последнее время уведомительные плакаты муниципальных служб обеих столиц демонстрируют тенденцию смены задачи информации с адресной формы на обобщенную, бессубъектную. Так, в шаблоне информационного баннера, сообщающего о ремонте эскалатора на той или иной станции московского метрополитена, изначально присутствовало обращение («Уважаемые пассажиры!»), однако с начала 2020-х его убрали, и текст стал выглядеть просто как «Ремонт эскалатора до ... Выход в город – через ...». С одной стороны, исключение обращения из шаблона баннера делает сообщение более кратким и информативным, не отвлекая внимание читателя. С другой стороны, обращение всё же позволяет корректнее реализовать фактор адресата: его наличие в информационных баннерах придает сообщению пусть и минимальный, но индивидуальный посыл, конкретизируя потенциальную целевую аудиторию.

Заключение

Как отмечает Н. Д. Арутюнова, концепция адресата предполагает «сознательную направленность речевого высказывания к лицу (конкретному или не конкретному), которое может быть определенным образом охарактеризовано, причем коммуникативное намерение автора речи должно согласовываться с этой его характеристикой. Иными словами, всякий речевой акт рассчитан на определенную модель адресата» [3, с. 358]. И письменная коммуникация государственных служащих с гражданами Российской Федерации – это не исключение, тем более при ориентации коммуникации на концепцию простого языка.

Тексты, написанные и оформленные на понятном языке, дают возможность адресату легко и быстро получить необходимую информацию, понять и использовать её, обеспечив тем самым гармоничное общение государственных органов и граждан.

Список источников и литературы

1. Андреева Ю. С. Министерство доверия: как государству общаться с гражданами. М.: Фонтеграфика, 2023. 240 с.
2. Анисова А. А. Фактор адресата как категория художественного текста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 2-1. С. 27–30.
3. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. 1981. № 4. С. 356–367.
4. Барминова С. В. Адресант и адресат делового дискурса // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2020. № 1. С. 6–14.
5. Безнаева О. А. Адресат делового письма как фактор повышения эффективности представления информации // Альманах современной науки и образования. 2011. № 7. С. 152–154.
6. Буторина Е. П. Русская грамматика в преподавании деловой речи // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации / сост. и отв. ред. И. А. Шаронов. М.: Полит. энцикл., 2018. С. 45–53.
7. Как написать отчет простым и доступным языком : методические рекомендации по подготовке отчетов Счетной палаты. М., 2022. 42 с. Электрон. версия печ. изд. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/3d7/jl4hnhknk5znve8f228zkw93yxzjftmu.pdf> (дата обращения: 27.12.2023). Доступна на офиц. сайте Счетной палаты Российской Федерации.
8. Климик В. А. Лингвокреативная орфография и фактор адресата // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. № 11. С. 104–118.
9. Крапивкина О. А. О роли фактора адресата в судебной коммуникации // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 448. С. 59–64.

10. Международная федерация понятного языка : офиц. сайт. URL: <https://www.iplfederation.org/plain-language/> (дата обращения: 27.12.2023).
11. Нечаева Н. В., Хельмле К. С., Каурова Э. М. Перевод на ясный и простой языки: зарубежный опыт и перспективы в России // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2020. № 3. С. 8–24.
12. Селезнева Л. В. «Свой среди чужих, чужой среди своих»: влияние фактора адресата на стиль деловой корреспонденции // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. 2022. № 7. С. 335–338.
13. ГОСТ Р 7.0.97–2016. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов : нац. стандарт Российской Федерации : утвержден и введен в действие Приказом Федер. агентства по техн. регулированию и метрологии от 8 декабря 2016 г. N 2004-ст : взамен ГОСТ Р 6.30-2003 : дата введения 2018-07-01. (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу) // Кодекс: электрон. фонд прав. и норматив.-техн. информ. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200142871> (дата обращения: 27.12.2023).
14. Чейф У. Л. Данное, контрастивность, определенность, подлежащее, топики и точка зрения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 11. Современные синтаксические теории в американской лингвистике. М.: Наука, 1982. С. 277–317.
15. *Easy language in Russia* / A. Mustajoki [et al.] // *Handbook of Easy Languages in Europe* / eds. C. Lindholm and U. Vanhatalo. Berlin : Frank & Timme, 2021. P. 439–466.

References

1. Andreeva, JS 2023, *Ministerstvo doveriya: kak gosudarstvu obshchat'sya s grazhdanami* (Ministry of Trust: how the state should communicate with citizens), Fontegrafika publ, Moscow. (In Russ.)
2. Anisova, AA 2014, 'Faktor adresata kak kategoriya hudozhestvennogo teksta' (Factor of recipient as literary text category), *Philology. Theory & Practice*, no. 2-1, pp. 27–30. (In Russ.)
3. Arutyunova, ND 1981, 'Faktor adresata' (Addressee factor), *The Bulletin of the USSR Academy of Sciences: Studies in Literature and Language*, no. 4, pp. 356–367. (In Russ.)
4. Barminova, SV 2020, 'Adresant i adresat delovogo diskursa' (Addressant and addressee in business discourse), *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Russian Philology*, no. 1, pp. 6-14. (In Russ.)
5. Beznayeva, OA 2011, 'Adresat delovogo pis'ma kak faktor povysheniya effektivnosti predstavleniya informatsii' (An Addressee of an Official Letter as a Factor of Effective Presentation of Information), *Almanac of modern science and education*, no. 7, pp. 152–154. (In Russ.)
6. Butorina, EP 2018, 'Russkaya grammatika v prepodavanii delovoy rechi' (Russian grammar in business speech teaching), *Vezhливость i antivezhливость v yazyke i kommunikatsii* (Politeness and anti-politeness in language and communication), ed. I. A. Sharonov, Politicheskaya entsiklopediya publ, Moscow, pp. 45–53. (In Russ.)
7. *Kak napisat' otchetov prostym i dostupnym yazykom. Metodicheskiye rekomendatsii po podgotovke otchetov Schetnoy palaty* (How to write a report in plain language. Methodological recommendations for preparing reports of the Accounts Chamber) 2022, viewed 27 December 2023, <https://ach.gov.ru/upload/iblock/3d7/jl4hhnknk5znve8f228zkw93yxzjftmu.pdf> (In Russ.)
8. Klimik, VA 2020, 'Lingvokreativnaya orfografiya i faktor adresata' (Linguocreative orthography and the recipient factor), *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, no. 11, pp. 104–118. (In Russ.)
9. Krapivkina, OA 2019, 'O roli faktora adresata v sudebnoy kommunikatsii' (On the addressee as a key category of courtroom discourse), *Tomsk State University Journal*, no. 448, pp. 59–64, doi:10.17223/15617793/448/7. (In Russ.)
10. *Mezhdunarodnaya federatsiya ponyatnogo yazyka* (International Plain Language Federation) 2019, viewed 27 December 2023, <https://www.iplfederation.org/plain-language/> (In Russ.)

11. Nechaeva, NV, Hel'mle, KS & Kairova, EM 2020, 'Perevod na yasnyj i prostoy yazyki: zarubezhnyy opyt i perspektivy v Rossii' (Translating into easy and plain languages: international practice and prospects for Russia), *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, no. 3, pp. 8–24. (In Russ.)
12. Selezneva, LV 2022, '«Svoy sredi chuzhikh, chuzhoy sredi svoikh»: vliyanie faktora adresata na stil' delovoy korrespondentsii' ("Manchurian candidate": the influence of the addressee factor on the style of business correspondence), *Dinamika yazykovykh i kul'turnykh protsessov v sovremennoy Rossii*, no. 7, pp. 335–338. (In Russ.)
13. 'GOST R 7.0.97–2016. Organizatsionno-rasporyaditel'naya dokumentatsiya. Trebovaniya k oformleniyu dokumentov (Sistema standartov po informatsii, biblioteknomu i izdatel'skomu delu). (National State Standard R 7.0.97–2016. organizational and executive documentation. requirements for presentation of documents (System of standards on information, librarianship and publishing))', *Kodeks: elektron. fond prav. i normativ.-tekh. inform.*, viewed 27 December 2023, <https://docs.cntd.ru/document/1200142871> (In Russ.)
14. Chafe, W 1982, 'Givenness, contrastiveness, definiteness, subjects, topics, and point of view', *Novoye v zarubezhnoy lingvistike*, no. 11, pp. 277–317. (In Russ.)
15. Mustajoki A et al 2021, 'Easy language in Russia', *Handbook of Easy Languages in Europe*, eds. C. Lindholm and U. Vanhatalo, Frank & Timme publ, Berlin, pp. 439–466.

Вклад авторов:

Ефремов В. А. – идея, выработка структуры статьи, написание итогового варианта, научное редактирование текста.

Андреева Ю. С. – сбор и обработка материала, классификация языкового материала, подготовка рабочего варианта текста.

Contribution of the authors:

Valeriy A. Efremov – idea, the development of the structure of the article, writing the final version of the article, scientific editing of the text.

Yulia S. Andreeva – collection and processing of material, the classification of language material, preparation of a working version of the text.

Статья поступила в редакцию: 08.01.2024
Одобрена после рецензирования: 12.02.2024
Принята к публикации: 19.02.2024

The article was submitted: 08.01.2024
Approved after reviewing: 12.02.2024
Accepted for publication: 19.02.2024