

## PR ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АДРЕСАТА<sup>1</sup>

*Е. А. Баженова<sup>1)</sup>, М. А. Ширинкина<sup>2)</sup>*

*<sup>1)</sup>Пермский государственный национальный  
исследовательский университет,  
ул. Букирева, 15, 614068, г. Пермь, Россия,  
bazhenova\_e2000@mail.ru,*

*<sup>2)</sup>Пермский государственный национальный  
исследовательский университет,  
ул. Букирева, 15, 614068, г. Пермь, Россия,  
m555a@yandex.ru*

Проблематика исследования связана с изучением способов воздействия исполнительной власти РФ на адресата в социальных сетях и мессенджерах. Исследование нацелено на выявление речевых приемов, которые используют PR-специалисты для поддержания позитивного имиджа власти, привлечения внимания граждан к социально значимым событиям и формирования общественного мнения. Теоретическая значимость исследования связана с развитием положений функциональной стилистики в отношении описания дискурсивных факторов, которые приводят к стилистической гибридности медиатекстов, обладающих особыми форматными параметрами – поликодовостью, гипертекстуальностью и интерактивностью. В цифровую эпоху развития общества оценка эффективности медиакommunikации является одним из перспективных направлений речеведения. Полученные результаты могут быть использованы при обучении будущих журналистов и PR-менеджеров, а также в практике работы специалистов по связям с общественностью.

**Ключевые слова:** цифровизация; медиатизация; PR; медиакommunikации исполнительной власти и общества; речевое воздействие.

---

<sup>1</sup>Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00171, <https://rscf.ru/project/23-28-00171/>

## PUBLIC ADMINISTRATION PR IN THE DIGITAL AGE: WAYS OF INFLUENCING THE ADDRESSEE

*E. A. Bazhenova<sup>a</sup>, M. A. Shirinkina<sup>b</sup>*

*<sup>a</sup>Perm State National Research University,  
15, Bukireva Str., 614068, Perm, Russia*

*Corresponding author: E. A. Bazhenova (bazhenova\_e2000@mail.ru),*

*<sup>b</sup>Perm State National Research University,  
15, Bukireva Str., 614068, Perm, Russia*

*Corresponding author: M. A. Shirinkina (m555a@yandex.ru)*

The problematics of the research is related to the study of the ways of influence of the executive power of the Russian Federation on the addressee in social networks and messengers. The research is aimed at identifying speech techniques used by PR-specialists to maintain a positive image of the authorities, attracting citizens' attention to socially significant events and forming public opinion. The value of the study is related to the development of the provisions of functional stylistics in relation to the description of discursive factors that lead to the stylistic hybridity of media texts that have special format parameters - multimodality, hypertextuality and interactivity. In the digital era of society development, the evaluation of media communication effectiveness is one of the perspective directions of speech studies. The obtained results can be used in the teaching of future journalists and PR-managers, as well as in the practice of public relations specialists.

**Key words:** digitalisation; mediatisation; PR; media communications of executive power and society; speech influence.

Цифровизация коммуникативных процессов, породившая «пост-неклассические» дискурсивные практики, поставила перед PR и журналистикой задачу изучения новых форм диалога власти и общества. Специфика подачи информации с помощью электронных технологий столь велика, что вербальная составляющая этого диалога существенно трансформируется по сравнению с текстами традиционных публицистических жанров. В информационном обществе медиапродукты государственной власти приобретают дополнительные специфические

особенности (гипертекстуальность, интерактивность, поликодовость и др.), существенно отличающие электронные материалы от привычной письменной формы. В медиасфере функционируют гибридные жанры, которые создаются на пересечении публицистической и деловой речи: *пресс-релиз, пост и комментарий к нему, прямой эфир, стрим, пресс-подход, буллит, модельный текст, лонгрид* и др. Единый комплекс медиаресурсов формирует целостный сценарий коммуникации исполнительной власти с обществом.

Целью речевого воздействия на адресата в рамках медиакоммуникации органов государственного управления с гражданами является моделирование и поддержание позитивного имиджа власти, вовлечение в государственное управление населения, а также повышение его правовой грамотности.

Одним из показателей эффективности воздействия текста на адресата является коэффициент вовлеченности, который можно установить посредством онлайн-сервиса Popsters.ru [1]. Этот ресурс позволяет одновременно учитывать число подписчиков паблика или канала; степень видимости и привлекательности поста; активность пользователей по дням недели и времени суток и другие параметры. Предложенный нами алгоритм предполагает 1) определение критериев отбора контента; 2) автоматический анализ маркетинговых характеристик материала посредством Popsters.ru; 3) формирование рейтинга публикаций и их контент-анализ; 4) описание вербальных и невербальных приемов воздействия на адресата; 5) выявление стилистического своеобразия контента в соотношении с дискурсивными возможностями конкретной интернет-площадки (см. подробнее [2]).

В ходе исследования установлено, что на вовлеченность интернет-пользователей в коммуникацию с властью оказывают влияние содержательно-тематические, языковые и невербальные характеристики текста. В частности, первостепенную роль играют лексические повторы, вопросно-ответные комплексы, оценочная лексика, проспективные и восклицательные конструкции, рубрикация, смайлы и эмодзи, карточный способ подачи информации. В целом, количественный и дискурсивно-стилистический анализ контента исполнительной власти показывает зависимость степени привлекательности публикации от риторической сложности текста. С учетом этого целесообразно выделение двух типов официально-деловых сообщений – канонически информационных и риторически осложненных (см. о классификациях текстов [3]).

Риторически осложненные тексты характеризуются следующими свойствами: во-первых, стилистической гибридность (т. е. совмещением стилистических черт публицистического и официально-делового стилей); во-вторых, жанровым синкретизмом (например, традиционный публицистический жанр информационно-аналитической статьи обогащается метадаанными, хэштегами, смайлами, эмодзи и другими инструментами цифровой среды); наконец, функциональной конвергентностью (т. е. сочетанием интенций общения, сообщения и воздействия). Обеспечивая привлекательность, легкость восприятия, доступность информации и в то же время создавая комфортную атмосферу публичности, риторические средства создают условия для конструктивного диалога власти и общества.

### **Библиографические ссылки**

1. Сервис аналитики постов и страниц конкурентов в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL: <http://popsters.ru> (дата обращения: 17.02.2024)
2. Баженова Е. А., Ширинкина М. А. Медиакоммуникации исполнительной власти: оценка эффективности // Научный диалог. 2023. №12(8). С. 229–244. Doi.org/10.24224/2227-1295-2023-12-8-229-244
3. Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов. М.: Юрайт. 2019. 345 с.