

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ДОКУМЕНТЫ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ: ОПЫТ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ЖАНРОВЫХ НАИМЕНОВАНИЙ*

М. А. Ширинкина

Пермский государственный национальный исследовательский университет

INFORMATION DOCUMENTS ISSUED BY EXECUTIVE AUTHORITIES: THE STUDY OF LEXICOGRAPHIC ANALYSIS GENRE TITLES

M. A. Shirinkina

Perm State University

Поступила в редакцию 11 августа 2019 г.

Аннотация: в статье исследованы наименования информационных документов с применением компонентного анализа и метода ступенчатой идентификации, а также лексикографического анализа данных специальных терминологических словарей. Материалом послужили лексемы и словосочетания, которые используются для названия информационных деловых жанров: сообщение, официальная информация, заключение, извещение, объявление, публичный отчет, обзор, пресс-релиз, информационные материалы, листовка, памятка. Эти номинации взяты из различных источников: заголовков деловых бумаг, плановых и отчетных документов органов исполнительной власти, устного общения специалистов органов власти, исследований политологов, лингвистов, специалистов по связям с общественностью. Установлено, что в структуру значения всех исследуемых номинативных единиц входят следующие семы: 'процессуальность', 'содержательность' и 'адресованность'. В остальном семантическая структура номинаций оказывается различной: в структуре значения отдельных наименований встречаются семы 'официальность', 'документность', 'публичность', 'множественность', 'результативность', 'краткость' и др. Кроме того, анализ словарных дефиниций показал, что лексемы листовка и памятка отличаются от остальных тем, что используются для обозначения и носителей информации, и конкретных речевых жанров. Автор утверждает, что доминирующей коммуникативной интенцией всех жанров, наименования которых исследованы, является сообщение, передача информации. Адресантом этих текстов выступает должностное лицо органов власти, адресат может быть массовым или довольно определенным (конкретная целевая группа). Только некоторые из этих текстов признаны документами в юридическом смысле, в тексте этих документов всегда употребляются жанровые заголовки.

Ключевые слова: информационные документы, сообщение, официальная информация, заключение, извещение, объявление, публичный отчет, обзор, пресс-релиз, информационные материалы, памятка, листовка.

Abstract: the paper studies the names of information documents with the help of componential analysis and the method of step-by-step identification, as well as the method of lexicographic analysis of data from specialized terminological dictionaries. The study centres around the words and word collocations used as the names of the informative business genres: report, official information, notification, announcement, public report, review, press-release, information resources, flyer, memorandum. These nominations are taken from various sources: the headlines of the business documents, plans and reports of the authorities, oral communication of the representatives of authorities, research of the political studies scholars, linguists, PR-specialists. It is found that the structure of meanings of all of these nominations includes the following semes: "official character", "document-likeness", "public character", "multiplicity" "productivity", "brevity" and others. Along with this, the analysis of dictionary

* Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ, проект 17-29-09158 офи_м.

© Ширинкина М. А., 2019

definitions showed that the words flyer and memorandum differ from other nominations, as they denote both the information and its medium. The author claims that the transmission of information is the dominant communicative intention of all genres. The addresser of the information is the representative of authorities, while the addressee can be either a large group of people or a small and rather specific group. Only some texts of the abovementioned genres are recognized as documents in the juridical sense. Such texts always have genre headlines.

Key words: *information documents, report, official information, notification, conclusion, announcement, public report, review, press-release, information resources, flyer, memorandum.*

Одной из функций исполнительной власти в государстве является информирование общественности о деятельности властных органов и изменениях в законодательстве. Для реализации этой функции органы власти формируют информационную политику – «систему государственных мер... направленных на создание условий для эффективного и качественного информационного обеспечения, решения стратегических и оперативных задач отраслей жизнедеятельности общества» и организации «диалога между субъектами информационной политики... к которым относятся непосредственно органы исполнительной власти, СМИ и общество» [1, с. 8]. Политологи и теоретики PR рекомендуют специалистам органов исполнительной власти при реализации информационной политики учитывать потребности разных целевых групп общества, а для этого использовать различные формы взаимодействия с аудиторией [1; 2 и др.].

В связи с этим в законодательстве Российской Федерации установлены многочисленные способы обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, среди которых названы: обнародование (опубликование), размещение в сети Интернет, размещение в помещениях органов власти и иных отведенных для этих целей специальных местах; ознакомление в помещениях, через библиотечные фонды и архивы; а также присутствие граждан на заседаниях органов власти; предоставление пользователям информации по их запросу и др. [3, ст. 6]. Каждый канал передачи информации предполагает использование особых тематических, композиционных, стилистических форм высказываний – жанров. Таким образом, в арсенале исполнительной власти формируется довольно широкий и разнообразный ассортимент информационных текстов: *извещение, объявление, информационное сообщение, заключение, публичный отчет, обзор, пресс-релиз* и др.

В отличие от других сфер общения, в деловой одним из обязательных требований к оформлению документа является указание его жанрового названия. Однако в группе информационных текстов жанровые номинации употребляются нечасто: в жанрах *извещения, заключения* и иногда *памятки*; все остальные тексты не являются документами в юридическом смысле (см. определение документа в «Энциклопедии

права»: «любой зафиксированный на материальном носителе (обычно письменный) акт, имеющий юридическую силу, доказательственное, правоустанавливающее или служебное значение» [4]). Кстати, именно поэтому на практике сами составители называют эти тексты по-разному – то *сообщениями*, то *информацией* (чаще всего), то *объявлением* (в некоторых случаях). В действительности же для специалиста весьма важной оказывается задача жанровой идентификации речевого произведения, поскольку точное определение жанровой формы, во-первых, направляет автора в процессе создания текста, во-вторых, настраивает адресата на адекватное восприятие последнего. Иными словами, правильно выбранная автором-составителем жанровая форма позволяет создать качественный текст четкой структурной организации, с соблюдением соответствующего ему тонального настроения, формируемого совокупностью наиболее пригодных для этого языковых средств. Этим, в частности, обуславливается актуальность изучения семантики наименований речевых жанров [5, с. 47].

Цель нашей статьи – семантический анализ имен информационных деловых жанров, краткая характеристика каждого жанра, а также определение перспектив исследования информационных документов, создаваемых специалистами органов исполнительной власти.

Материалом для анализа послужили лексемы и словосочетания, которые используются для названия разновидностей информационных текстов, во-первых, непосредственно в самих этих текстах, во-вторых, в стратегических, плановых и отчетных документах, отражающих информационную политику органов власти, в-третьих, в устном общении специалистов этих органов и, наконец, в исследованиях политологов, лингвистов, теоретиков PR. В результате получился следующий список номинативных единиц: *сообщение, информационное сообщение, официальная информация, заключение, извещение, объявление, публичный отчет, обзор, пресс-релиз, информационные материалы, листовка, памятка*. Все они вместе, по-видимому, составляют класс наименований информационных жанров.

Как видим, некоторые из номинаций грамматически представлены одним словом-существительным, другие – атрибутивно-субстантивным словосочета-

нием, в котором атрибутив называет существенный признак явления. Примечательно в этом отношении плеонастическое словосочетание *информационное сообщение*, в нем атрибутив в дополнение к лексическому значению существительного *сообщение* указывает целевую направленность этого сообщения – информирование.

Для описания семной структуры избранных номинаций применялся компонентный анализ, который заключается в выявлении в значениях слов отдельных семантических компонентов, образующих их содержание, на базе дефиниций этих слов из толковых словарей русского языка. В частности, мы использовали «Толковый словарь русского языка...» под ред. Н. Ю. Шведовой, «Современный толковый словарь русского языка» Т. Ф. Ефремовой и «Малый академический словарь» [6–8]. По результатам компонентного анализа была составлена таблица, отражающая семную структуру лексического значения каждого наименования.

Для того чтобы установить общие для всех номинаций смысловые компоненты и различительные семантические признаки, использовался метод ступенчатой идентификации, разработанный Э. В. Кузнецовой [9]. Из лексикографических дефиниций выявлялись идентификаторы (семантические компоненты, передающие наиболее общие, родовые признаки выраженных словами понятий) и словарные конкретизаторы (компоненты смысла, передающие разнообразные конкретные признаки обозначаемых словами понятий).

Сопоставление значений жанровых наименований приведем в такой последовательности: 1) используя компонентный анализ и метод ступенчатой идентификации, опишем структуру лексического значения избранных для анализа слов и словосочетаний на основании данных общеязыковых толковых словарей; 2) уточним значения, используя дефиниции из терминологических словарей.

1. Данные общеязыковых толковых словарей

Прежде всего следует сказать о том, что все указанные жанровые номинации содержат в составе лексического значения компонент *‘сообщение’*, из этого можно заключить, что соответствующая лексема является более широким – родовым наименованием для всех жанров рассматриваемой группы.

В целом семный состав перечисленных лексем – жанровых наименований выглядит следующим образом: 1) сообщение (сема *‘процессуальность’*; указывает вид речевой деятельности, в результате которого создаются называемые лексемами тексты; идентификатор); 2) содержащее весьма важную информацию о фактах, положении, состоянии дел, обстоятельствах, обстановке (сема *‘содержательность’*;

словарный конкретизатор) и 3) имеющее целью довести эту информацию до сведения определенного адресата (сема *‘адресованность’*; словарный конкретизатор). Эти семантические признаки являются интегральными для класса слов – названий информационных жанров. Выявим дифференциальные признаки в значениях рассматриваемых лексем.

Номинации (*официальная*) информация, заключение, извещение, объявление, (публичный) отчет, обзор и (информационные) материалы имеют в структуре значения сему *‘официальность’*, указывающую на то, что документы, именуемые этими лексемами, издаются от имени правительства или администрации, т. е. уполномоченного органа государственной власти, а следовательно, основаны на его законах и правилах. В свою очередь, лексемы (*официальная*) информация, заключение, извещение, (публичный) отчет содержат сему *‘документность’*, т. е., в отличие от остальных текстов информационного типа, эти имеют статус документов (юридическую дефиницию термина *документ* см. выше), а это означает, что содержащаяся в них информация должна быть воспринята адресатом как сигнал к выполнению каких-либо установленных законом действий. Как документы эти тексты регулируют общественные отношения и могут являться письменным доказательством в судебном процессе. Повторим, что именно статус документа предполагает обязательное употребление в них жанрового наименования.

Номинации *объявление*, (публичный) отчет, пресс-релиз, памятка и листовка включают семантический компонент *‘публичность’*, отражающий, что они создаются специально «для опубликования, обнародования» – распространения через официальный сайт или СМИ, а также путем раздачи непосредственно в руки, чтобы ознакомить с информацией широкую общественность. Очевидно, что в номинации (публичный) отчет этот семантический множитель исходит от атрибутива.

Примечательны особенности проявления в значениях некоторых лексем элементарного семантического признака *‘носитель сообщения’*. Так, для лексемы *материал(ы)* этот признак обнаруживается лишь на второй ступени идентификации (МАТЕРИАЛ – собрание документов по какому-нибудь делу или вопросу; СОБРАНИЕ – совокупность каких-либо текстов, собранных и изданных вместе [7]). В отношении новой лексемы *пресс-релиз* первая часть *пресс-* напрямую указывает на то, что текст составляется для того, чтобы быть опубликованным в периодической печати (или сегодня с развитием Интернета в электронных СМИ), т. е. быть переданным адресату на каком-то носителе.

Несколько особняком стоят два наименования, которые, по нашему мнению, также представляют

жанровые варианты информационного типа текстов, являясь формами информирования общественности, – *листовка* и *памятка*. Сема ‘носитель сообщения’ оказывается основным семантическим признаком в структуре значения этих лексем, поскольку листовка и памятка всегда оформлены в виде отдельного листка (см.: ЛИСТОК – 2. *Бланк для официальных записей* [6, с. 410–411]). Помимо этого, релевантной для этих жанровых названий (а также для лексемы *обзор*) оказывается сема ‘краткость сообщения’. Иными словами, *листовка* (мы имеем в виду только информационную листовку и не касаемся агитационных или политических) и *памятка* – небольшие тексты, представленные на отдельном листке бумаги и содержащие важную для определенного случая информацию, нацеленные на то, чтобы воздействовать на адресата – передать ему свое мнение, опыт, знание (в памятке) и дать необходимую информацию (в листовке). Знаменательно, что заголовок *памятка* обычно выражен на листке эксплицитно – располагается в препозиции к тексту, тем самым однозначно указывая адресату на коммуникативную цель адресанта, а заголовок *листовка* в тексте соответствующей печатной продукции, как правило, не представлен.

Сема ‘носитель сообщения’ обуславливает тот факт, что для лексем *листовка* и *памятка* признак ‘процессуальность’ оказывается периферийным компонентом значения, уступая место признаку ‘предметность’ в качестве центрального, позволяющего относить эти наименования прежде всего к классу предметов – носителей сообщений.

Следующей минимальной единицей значения, которая проявляет себя в нескольких номинациях (*заключение, обзор, информационные материалы*), становится сема ‘вывод’, обозначающая, что тексты названных жанров создаются в процессе анализа исходной информации, и предполагающая отражение в этих текстах рассуждения составителя – выведения им новых суждений.

В составе значения жанровых номинаций (*публичный обзор, (информационные) материалы и памятка*) выявляется сема ‘множественность’: эти жанры включают сведения, почерпнутые из множества источников. Остальные минимальные единицы значения демонстрируют единичные проявления в перечисленных жанровых наименованиях.

Результаты словарного обследования лексем отразим в таблице.

Т а б л и ц а

Компонентный состав значений лексем – жанровых номинаций информационных документов исполнительной власти

Слово	Сема													
	Процессуальность	Предметность	Содержательность	Адресованность	Официальность	Документность	Публичность	Носитель сообщения	Вывод (анализ)	Множественность исходных материалов	Результативность	Краткость, сжатость	Польза, опыт	В форме совета
Сообщение	+		+	+										
(Информационное) сообщение	+		+	+										
(Официальная) информация	+		+	+	(+)	+								
Заключение	+		+	+	+	+			+		+			
Извещение	+		+	+	+	+								
Объявление	+		+	+	+		+							
(Публичный) отчет	+		+	+	+	+	(+)				+			
Обзор	+		+	+	+					+		+		
Пресс-релиз	+		+	+			+	+						
(Информационные) материалы	(+) +		+	+	+			+	+	+				
Памятка	+	+	+	+			+	+		+		+	+	+
Листовка	+	+	+	+			+	+				+		

Вероятностные, выделяющиеся не на первой ступени идентификации семы мы обозначили знаками «+» меньшего размера. В строке *Информационные материалы* скобками обозначили, что семантический признак 'процессуальность' появляется в номинации благодаря атрибуту *информационные*, стержневое же слово в словосочетании (*материалы*) имеет в качестве основного семантического множителя сему 'предметность'; аналогично этому в строке *Официальная информация* сема 'официальность' появляется благодаря одноименному атрибуту, в строке *Публичный отчет* сема 'публичность' – благодаря атрибуту *публичный*.

2. Данные терминологических словарей

Предположение о том, что рассматриваемые нами лексемы и словосочетания являются терминами, обязывает нас обратиться к терминологическим словарям и дополнить компонентный анализ обзором дефиниций соответствующих терминов из них.

В отличие от терминов, обозначающих директивные и распорядительные документы, названия документов информационного типа отсутствуют в юридических словарях и энциклопедиях. Скорее всего, это связано с тем, что этот тип документов не играет существенной роли в собственно юридических коммуникациях, они используются органами исполнительной власти для реализации государственного управления и исполнения законодательства. Этот факт объясняет, что большинство дефиниций терминов обнаруживается в разнообразных словарях и справочниках по документоведению и делопроизводству, а также в инструкциях по делопроизводству органов исполнительной власти.

Наиболее общая по значению лексема *сообщение* как термин отражена во многих словарях, сопровождается различными толкованиями. Т. В. Шмелева справедливо утверждает, что эта лексема представляет собой «имя ряда информативных речевых жанров разных сфер», среди которых в деловой сфере указывает отчет, объявление и извещение [10, с. 624]. Наряду с этим исследователь замечает, что сообщение – это и речевой жанр, цель которого заключается в «доставлении сведений о фактах и событиях» [10, с. 624]. В справочниках по документоведению дефиниция этого термина такова: «Сообщение – документ, уведомляющий кого-либо (учреждение, должностное или частное лицо, население) о событиях, фактах, вопросах общественно-политического, служебного или личного характера» [11, с. 88].

Двукомпонентный термин *информационное сообщение* зафиксирован нами в форме множественного числа в справочнике «Официальная терминология», где он толкуется как «осведомительный материал, передаваемый письменно или при помощи

электросвязи в той форме, которой обычно пользуются информационные агентства при передаче осведомительного материала в газеты, периодические издания и организации по радиовещанию, до его опубликования...» [12].

Термин *информация* в большинстве словарей определяется как «сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления» [11, с. 47], однако в некоторых источниках толкуется как синоним к одному из значений термина *справка*: «2. Информационно-справочный документ, составляемый для подтверждения фактов основной деятельности организации» [13, с. 69]. Иными словами, лексема *информация* в отдельных случаях все же используется как название конкретного документа.

Термин *официальная информация* не является номинацией документа и интерпретируется, как правило, со ссылкой на Закон РФ № 4866-1 от 27 апреля 1993 г. «Об обжаловании в суд действий и решений, нарушающих права и свободы граждан»: «...К официальной информации относятся сведения в письменной или устной форме, повлиявшие на осуществление прав и свобод гражданина и представленные в адрес государственных органов, органов местного самоуправления, учреждений, предприятий и их объединений, общественных объединений или должностных лиц, государственных служащих, совершивших действия (принявших решения), с установленным авторством данной информации, если она признается судом как основание для совершения действий (принятия решений)...» [14].

Лексема *заключение* номинирует особый тип документов, которые отличаются тем, что отражают «мнение, вывод учреждения, комиссии, специалиста по какому-либо документу или вопросу» [11, с. 39; 15].

Термин *извещение*, по данным «Словаря терминов и понятий по документоведческим дисциплинам», обозначает и самостоятельный документ, и разновидность служебного письма, содержанием которых является информация о предстоящем мероприятии (заседании, собрании, конференции и др.) [11, с. 43], в «Словаре видов и разновидностей современной управленческой документации» трактуется как синоним термина *сообщение* [13, с. 34]. Наиболее полную дефиницию находим в «Словаре экономических терминов» Б. А. Райзберга и др.: «Извещение – официальное письменное, телеграфное или телефонное уведомление заинтересованных лиц о происшедших или предстоящих событиях, необходимости выполнения определенных действий, внесения платежей. Может иметь форму указания либо информационного сообщения...» [16]. В энциклопедическом словаре «Эффективное речевое общение» *извещение* квалифицируется как «вторичный информативный речевой

жанр официально-деловой сферы, содержит сообщение о фактах и событиях, имеющих прямое отношение к Адресату... Соотносится с первичным речевым жанром „сообщение“. Оформляется, как правило, в виде документа на специальном бланке, куда вносятся необходимые конкретные данные: фамилия адресата, дата и т. д. Автором извещения выступает социальный институт – официальная инстанция, а адресатом – конкретный человек» [10, с. 178]. Далее следует весьма значимое замечание об интенциональной динамике извещения: «Информативный по происхождению, этот жанр стал по существу императивным: он предполагает осуществление адресатом определенных действий» [10, с. 178].

Дефиниция термина *объявление* дается в ГОСТ Р 58033-2017: «Объявление – сообщение, переданное с использованием средств изобразительной или текстовой информации, или то и другое вместе» [17, с. 23]. В то время как в лингвистических исследованиях *объявление* определяют как «информационный жанр, ориентированный... на сообщение адресату необходимой оперативной информации» [18, с. 162]. При этом содержанием объявления, как правило, становится одно событие или факт, а основное отличие его от извещения заключается в том, что оно характеризуется «потенциальностью адресата», заключающейся, по сути, в поиске адресата, которым в реальности может стать как огромное количество людей, так и конкретный не известный автору человек [10, с. 353].

Заметим, что информация, переданная с помощью объявлений и извещений, может побуждать адресата к действию, а может быть только принята им к сведению.

Понимание термина *обзор* в сфере документоведения и делопроизводства таково: «*Обзор* – документ, составленный в целях информирования подведомственных и иных организаций о результатах работы в той или иной области или о деятельности той или иной группы организаций за определенный период» [13, с. 48]. *Отчет*, в свою очередь, понимается как «документ, содержащий сведения о подготовке, проведении и итогах выполнения планов, заданий, командировок и других мероприятий, представляемый вышестоящему учреждению или должностному лицу» [11, с. 67]. Лингвистическая трактовка термина *отчет* практически не отличается от приведенной выше [10, с. 385–386]. Однако стоит подчеркнуть, что в процессе текстообразования жанры *отчета* и *обзора* предполагают обязательную аналитическую деятельность и ориентацию на результативность. Так, *обзор*, как правило, опирается на сведения, взятые из нескольких источников и включает их сопоставительный анализ и обобщение, т. е. формулирование выводов о закономерностях и тенденциях развития яв-

лений или путей решения проблем. Учитывая это обстоятельство, многие исследователи относят *отчет* и *обзор* к аналитическому типу документов [19]. Однако мы, вслед за Т. В. Шмелевой, признавая полиинтенциональность жанровых текстотипов, склонны считать, что в каждом жанре выстраивается иерархия этих интенций [20] и применительно к жанру *отчета* и *обзора* доминирующей оказывается передача информации (безусловно, основанная на предварительном анализе исходных данных).

Термин *информационные материалы* в словарях не зафиксирован, так квалифицируют форму текста его составители (см., например: [21]). Такой текст ориентирован на правовое просвещение граждан, разъяснение смысла правовых положений и оформлен, как правило, в виде брошюры. Мы затрудняемся подобрать этим текстам какое-либо – более удачное – жанровое наименование, поэтому считаем возможным использовать условное обозначение *информационные материалы* и предлагаем свое рабочее определение этого понятия: *информационные материалы* – довольно большой по объему информационно-справочный жанр письменного делового общения, имеющий целью адаптацию нормативно-правовой информации, ее популяризацию, а также – дополнительно – инструктирование адресата о том, как совершить установленные законом действия и процедуры и достичь определенного результата.

Отдельного рассуждения заслуживают термины *пресс-релиз*, *листовка* и *памятка*. Два из них: *пресс-релиз* и *листовка* – относятся к политическим коммуникациям, поэтому их дефиниции отражены в словарях и исследованиях по теории PR. В частности, *пресс-релиз* определяют как «основной жанр PR-текста, содержащий актуальную для прессы оперативную информацию о событии, связанном с базисным субъектом PR» [22, с. 131], в словаре-справочнике «Эффективное речевое общение» уточняется, что это информационный документ, предназначенный для распространения в СМИ и последующей публикации [10, с. 476–477].

Разнообразие словарных толкований термина *листовка* позволяет утверждать, что вопрос о статусе соответствующей реалии в лингвистических исследованиях является дискуссионным. Одни исследователи считают листовку носителем рекламных сообщений [23, с. 152], другие – жанром политической и рекламной коммуникации [24], третьи утверждают, что этот термин в лингвистике используется для обозначения и того, и другого [25]. Приведем слова И. Я. Имшинецкой, которая в работе 2002 г., отрицая листовку как жанр и определяя ее как рекламодатель, отметила: «Я не отрицаю, что жанр может совпадать с рекламодателем – например, афиша. Но, я думаю, это возможно при условии, что

рекламоноситель в этом случае должен быть очень древним, с долгой историей, за которую он успел бы „выстояться“, приобрести стереотипные, всеми узнаваемые и труднотрансформируемые черты» [26, с. 8–9]. Представляется, что политическая листовка сегодня уже превратилась в жанр, что подтверждается многочисленными лингвистическими исследованиями [24; 25; 27].

Любопытными оказываются и противоречия в определении термина *памятка*. Так, в ГОСТ 7.60-2003 *памятка* интерпретируется как «производственно-практическое издание, имеющее небольшой объем, содержащее практические сведения, полезные в производственной деятельности или повседневной жизни» [28, с. 8]. С другой стороны, в словаре по документоведению зафиксирован омонимичный термин, обозначающий «краткую инструкцию по какому-либо вопросу» [11, с. 68]. При этом «Словарь видов и типов современной управленческой документации» приводит оба значения этого термина в одной статье: «Памятка: 1. Официальная *инструкция* по выполнению определенных действий, операций. 2. Информационный листок, содержащий полезную информацию о чем-либо» [13, с. 53]. Нам представляется обоснованным мнение Л. М. Дегтяревой, считающей памятку особым речевым жанром официально-делового стиля [29, с. 5], ориентированным на передачу информации и побуждение к неречевым действиям [29, с. 6] и выпускаемым «в форме листовок, постеров, буклетов, видеороликов и аудиосообщений в местах массового скопления людей» [30, с. 58].

Иными словами, в науке не прекращаются дискуссии относительно того, являются ли лексемы *листовка* и *памятка* номинациями типов текстов или предметов – носителей текстов. Думается, что это противоречие перестает быть таковым, если принять во внимание, что рекламная коммуникация, в том числе и политический пиар, осуществляется сегодня в новых формах медиакоммуникации – поликодовых жанрах, для которых оказывается существенной «фактурная парадигма» [20, с. 35], именно такими и являются *листовка* и *памятка*. Большая часть информации в них передается посредством не вербальных, а визуальных и издательско-полиграфических возможностей.

Рассуждение о зафиксированных в словарях значениях лексем переводит наше внимание в другие также весьма актуальные отрасли лингвистики – жанроведение и документоведение.

Допускаем, что обследованный список жанров отражает не все многообразие форм письменного информирования общественности властью, но даже этот перечень свидетельствует о сложном характере властной коммуникации. Обобщая данные словарно-

го обследования жанровых наименований, приходим к следующим выводам:

1) ключевой коммуникативной интенцией информационных документов исполнительной власти является сообщение, уведомление; помимо основной – информативной – интенции, в каждом жанре проявляют себя и дополнительные: *извещение* и *объявление* часто ориентированы на то, чтобы побудить адресата совершить какое-либо действие; *заключение* – представить официальное мнение специалиста по определенному вопросу; *отчет* и *обзор* – обобщить исходные данные; *памятка* – напомнить адресату важные сведения, дать полезный совет; *информационные материалы* – адаптировать правовую информацию; *пресс-релиз* – сформировать в сознании адресата позитивный имидж власти и т. д.;

2) адресантом этих текстов является специалист органов исполнительной власти, уполномоченный выполнять функцию информирования общественности;

3) адресат информационных жанров может быть массовым или довольно конкретным (отдельная целевая группа), для которого передаваемая информация представляет существенный интерес;

4) содержанием информационных текстов являются факты, сведения, обстоятельства различных сторон жизнедеятельности государства и граждан;

5) только некоторые из этих текстов являются документами в юридическом смысле, хотя все создаются специалистами органов власти в соответствии с требованиями российского законодательства;

6) в отличие от директивных и регламентирующих документов, только в некоторых информационных текстах употребляются жанровые заголовки, при этом в устном общении среди специалистов принято называть многие из этих текстов более общим по семантике словом *информация*, например, в словосочетаниях: *подготовить / передать / опубликовать / разместить информацию, ознакомить с информацией*;

7) лексемы *листовка* и *памятка* используются сегодня в лингвистике и как обозначения носителей информации, и как номинации конкретных форм речевых высказываний – жанров.

В дальнейшем с учетом семантической структуры существительных – названий жанров предполагается исследовать характерные особенности соответствующих текстов в аспекте текстовых категорий. Категориально-текстовый анализ перечисленных информационных жанров позволит, во-первых, выявить жанровую специфику репрезентации каждой категории, и во-вторых, сформулировать научно обоснованные методические рекомендации по составлению этих текстов для специалистов органов исполнительной власти.

ЛИТЕРАТУРА

1. Илатовская Э. А. Информационная политика органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации : формирование и проблемы реализации : автореф. дис. ... канд. полит. наук / Э. А. Илатовская. – СПб., 2007. – 21 с.

2. Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиа-легитимации власти / Н. Ф. Пономарев. – Пермь, 2010. – 192 с.

3. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления : федер. закон № 8 от 9 февраля 2009 г. – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».

4. Энциклопедия права. 2015. – Режим доступа: https://encyclopediya_prava.academic.ru/

5. Дементьев В. В. Теория речевых жанров / В. В. Дементьев. – М. : Знак, 2010. – 600 с.

6. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 2011. – 1175 с.

7. Современный толковый словарь русского языка / под ред. Т. Ф. Ефремовой. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/>

8. Малый академический словарь. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/mas/>

9. Кузнецова Э. В. Метод ступенчатой идентификации в описании лексико-семантических групп слов / Э. В. Кузнецова // Проблемы моделирования языка. Ученые записки Тартуского университета. – 1969. – Вып. 228. – С. 85–92.

10. Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник. Сибирский федеральный университет ; под ред. А. П. Сквородникова. – Красноярск, 2014. – 852 с.

11. Словарь терминов и понятий по документоведческим дисциплинам / сост. С. Ю. Гасникова. – Нижний-Вартовск, 2009. – 116 с.

12. Официальная терминология. – Режим доступа: <https://official.academic.ru/>

13. Словарь видов и разновидностей современной управленческой документации. ВНИИДАД. – М., 2014. – 81 с.

14. Об обжаловании в суд действий и решений, нарушающих права и свободы граждан : закон РФ № 4866-1 от 27 апреля 1993 г. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

15. Словарь-справочник терминов нормативно-технической документации. – Режим доступа: https://normative_reference_dictionary.academic.ru/

16. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

17. ГОСТ Р 58033-2017. Национальный стандарт Российской Федерации. Здания и сооружения. Словарь. Часть 1. Общие термины. – М. : Стандартинформ, 2018. – 69 с.

18. Анисимова Т. В. Жанры социальной рекламы / Т. В. Анисимова // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17, № 1. – С. 160–171. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.1.17>

19. Ростовцева Д. В. Информационно-аналитическая деятельность в системе регионального управления / Д. В. Ростовцева // Документ. Архив. История. Современность. – Екатеринбург, 2010. – Вып. 11. – С. 60–74.

20. Шмелева Т. В. Жанр в современной медиасфере / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – 2012. – № 8. – С. 26–37.

21. Управление многоквартирными домами. В помощь собственнику. – Пермь, 2013. – 60 с.

22. Кривонос А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривонос. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2002. – 288 с.

23. Богоявленский А. Е. Типы текстов публичных рилейшнз и носители PR-сообщений / А. Е. Богоявленский // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. – 2004. – № 1. – С. 150–157.

24. Федотовских Т. Г. Листовка как жанр политического дискурса : когнитивно-прагматический анализ : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. Г. Федотовских. – Екатеринбург, 2005. – 23 с.

25. Проничева О. Ю. Языковые средства воздействия на массовую аудиторию (на материале текстов агитационной листовки) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. Ю. Проничева. – СПб., 2006. – 22 с.

26. Имшинецкая И. А. Жанры печатной рекламы или сундук с идеями копирайтера / И. А. Имшинецкая. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 130 с.

27. Култышева И. В. Убеждение и доказательство в современной российской предвыборной листовке как жанре агитационного дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. В. Култышева. – Екатеринбург, 2011. – 24 с.

28. ГОСТ 7.60-2003. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения. – Минск, 2004. – 36 с.

29. Дегтярева Л. М. Речевое воздействие текстов памяток правоохранительных органов на население (на материале немецкого и русского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л. М. Дегтярева. – Краснодар, 2008. – 26 с.

30. Дегтярева Л. М. О прагматическом потенциале усилительных частиц (на материале русского и немецкого языков) / Л. М. Дегтярева, Е. Ю. Оберемченко // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7, № 1 (22). – С. 57–60.

REFERENCES

1. Ilatovskaja Je. A. *Informacionnaja politika organov ispolnitel'noj vlasti sub"ekta Rossijskoj Federacii: formirovanie i problemy realizacii* [Information Policy of the Executive Branch of the Russian Federation: the formation and implementation Problems]. PhD Dissertation Abstract. Saint Petersburg, 2007. 22 p.

2. Ponomarev N. F. *Strategii i tekhnologii medialegitimatсии vlasti* [Strategies and technologies for media legitimizing power]. Perm, 2010. 192 p.
3. *Federal'nyj zakon «Ob obespechenii dostupa k informacii o dejatel'nosti gosudarstvennyh organov i organov mestnogo samoupravlenija»* [Federal Law «On Providing Access to Information on the Activities of State Bodies and Local Self-Government Bodies»]. – Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/
4. *Ehntsiklopediya prava* [Encyclopedia of Law]. 2015. – Available at: https://encyclopediya_prava.academic.ru/
5. Dement'ev V. V. *Teorija rechevyh zhanrov* [The theory of speech genres]. Moscow, 2010. 600 p.
6. *Tolkovyj slovar' russkogo yazyka s vklyucheniem svedeniy o proiskhozhdenii slov* [Explanatory dictionary of the Russian language with the inclusion of information about the origin of words]. Ed. by N. Yu. Shvedova. Moscow, Azbukovnik Publ., 2011. 1175 p.
7. *Sovremennyyj tolkovyj slovar' russkogo yazyka* [Modern Russian language dictionary]. Ed. by T. F. Efremova. – Available at: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/>
8. *Malyj akademicheskij slovar'* [Small Academic Dictionary]. – Available at: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/mas/>
9. Kuznecova E. V. *Metod stupenchatoj identifikatsii v opisanii leksiko-semanticheskikh grupp slov* [The method of stepwise identification in the description of lexico-semantic groups of words]. *Problemy modelirovaniya yazyka. Uchenye zapiski Tartuskogo universiteta*. 1969. Issue 228. P. 85–92.
10. *Ehffektivnoe rechevoe obshhenie (bazovye kompetentsii): Slovar'-spravochnik* [Effective verbal communication (basic competencies). Dictionary]. Electronic edition. Siberian Federal University. Ed. by A. P. Skovorodnikov. Krasnoyarsk, 2014. 852 p.
11. *Slovar' terminov i ponyatij po dokumentovedcheskim distsiplinam* [Dictionary of terms and concepts in documentary disciplines] Ed. by S.Yu. Gasnikova. Nizhnevartovsk, 2009. 116 p.
12. *Ofitsial'naya terminologiya* [Official terminology]. Available at: <https://official.academic.ru/>
13. *Slovar' vidov i raznovidnostej sovremennoj upravlencheskoj dokumentacii. VNIIDAD* [Dictionary of types and varieties of modern management documentation. VNIIDAD]. Moscow, 2014. 81 p.
14. *Zakon RF ot 27.04.1993 № 4866-1 «Ob obzhalovanii v sud dejstvij i reshenij, narushayushhikh prava i svobody grazhdan»* [Law of the Russian Federation No. 4866-1 of 04/27/1993 “On appealing to a court of actions and decisions that violate the rights and freedoms of citizens”]. Available at: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=84613&fld=134&dst=100000001,0&rnd=0.0030527746419610757#06350353981103689/>
15. *Slovar' -spravochnik terminov normativno-tekhnicheskoy dokumentatsii* [Dictionary-reference terms of normative and technical documentation]. Available at: https://normative_reference_dictionary.academic.ru/
16. Rajzberg B. A., Lozovskij L. Sh., Starodubtseva E. B. *Sovremennyyj ehkonomicheskij slovar'* [Modern economic dictionary]. Moscow, INFRA-M Publ., 2011. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67315/
17. *GOST R 58033-2017. Natsional'nyj standart Rossijskoj Federatsii. Zdaniya i sooruzheniya. Slovar'. Chast' 1. Obshhie terminy* [GOST R 58033-2017. National standard of the Russian Federation. Buildings and constructions. Vocabulary. Part 1. General Terms]. Moscow, Standartinform Publ., 2018. 69 p.
18. Anisimova T. V. The Genres of Social Advertising. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2018, vol. 17, no. 1, P. 160–171. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.1.17>.
19. Rostovtseva D. V. *Informatsionno-analiticheskaya deyatel'nost' v sisteme regional'nogo upravleniya* [Information and analytical activity in the regional management system] // *Dokument. Arkhiv. Istoriya. Sovremennost'*. Vol. 11. Ekaterinburg, 2010. P. 60–74.
20. Shmeleva T. V. *Zhanr v sovremennoj mediasfere* [Genre in the modern media sphere] // *Zhanry rechi*. 2012, no 8. P. 26–37.
21. *Upravlenie mnogokvartirnymi domami. V pomoshh' sobstvenniku* [Management of Apartment Buildings. To help the Owner]. Perm, 2013. 60 p.
22. Krivonosov A. D. *PR-tekst v sisteme publichnyh kommunikacij* [PR text in the system of public communication]. Saint Petersburg, Peterburgskoe Vostokovedenie Publ., 2002. 288 p.
23. Bogojavlenskij A. E. *Tipy tekstov pablik rileyshnz i nositeli PR-soobshhenij* [Types of texts Public Relations and media PR messages]. *Vestnik Voronezskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Zhurnalistika*. 2004, no. 1. P. 150–157.
24. Fedotovskikh T. G. *Listovka kak zhanr politicheskogo diskursa: kognitivno-pragmaticheskij analiz* [Leaflet as a genre of political discourse: cognitive-pragmatic analysis]. PhD Dissertation Abstract. Ekaterinburg, 2005. 23 p.
25. Pronicheva O. Yu. *Yazykovye sredstva vozdeystviya na massovuyu auditoriyu (na materiale tekstov agitatsionnoj listovki)* [Language means of influencing the mass audience (on the material of the texts of the propaganda leaflet)]. PhD Dissertation Abstract. Sankt-Peterburg, 2006. 22 p.
26. Imshineckaja I. A. *Zhanry pechatnoj reklamy ili sunduk s idejami kopirajtera* [Genres of print advertising, or the chest with the ideas of the copywriter]. Moscow, RIP-kholding Publ., 2002. 130 p.
27. Kultysheva I. V. *Ubezhdenie i dokazatel'stvo v sovremennoj rossijskoj predvybornoj listovke kak zhanre agitatsionnogo diskursa* [Belief and evidence in the modern Russian election leaflet as a genre of propaganda discourse]. PhD Dissertation Abstract. Ekaterinburg, 2011. 24 p.
28. *GOST 7.60-2003. Mezhhgosudarstvennyj standart. Sistema standartov po informacii, bibliotechnomu i izdatel'skomu delu. Izdaniya. Osnovnye vidy. Terminy i opredele-*

nija [GOST 7.60-2003. Interstate standard. System of standards on information, librarianship and publishing. Editions. Basic Type. Terms and definitions]. Minsk, 2004. 36 p.

29. Degtyareva L. M. *Rechevoe vozdejstvie tekstov ramyatok pravookhranitel'nykh organov na naselenie (na materiale nemetskogo i russkogo yazykov)* [The speech impact of texts of memos of law enforcement agencies on

the population (based on German and Russian languages)]. PhD Dissertation Abstract. Krasnodar, 2008. 26 p.

30. Degtyareva L. M., Oberemchenko E. Yu. *O pragmaticheskom potentsiale usilitel'nykh chastits (na materiale russkogo i nemetskogo yazykov)* [On the pragmatic potential of amplifying particles (based on Russian and German languages)] // *Baltiiskij gumanitarnyj zhurnal*. 2018. Issue 7, no 1 (22). P. 57–60.

Пермский государственный национальный исследовательский университет

*Ширинкина М. А., кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка и стилистики
E-mail: m555a@yandex.ru*

Perm State University

*Shirinkina M. A., Candidate of Philology, Associate
Professor of Russian Language and Stylistics Department
E-mail: m555a@yandex.ru*