

■ ■ ■ «Простой и понятый язык» как новый тренд коммуникации государства и общества

Катышева Л.В.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Анализируя современные коммуникативные практики органов власти разных уровней, а также выступления и посты в социальных сетях ряда российских чиновников, автор статьи указывает на заметные изменения в стилистике коммуникаций государства и общества по сравнению с предыдущими периодами. Триггером данных изменений, наметившихся с момента появления новых средств коммуникации и поддержанных активным распространением интернета, стала ситуация пандемии коронавируса, которая потребовала от государства выстраивать кризисные коммуникации, требующие ясности сообщений, скорости их доставки и обращения к эмоциям аудитории. Отмеченные изменения можно считать трендом, который будет только усиливаться, в том числе и благодаря наблюдаемому во многих странах Европы росту популярности «простого и ясного языка», ставшего ответом на проблему низкого уровня читательской грамотности. Однако главным образом он будет поддержан благодаря активному развитию новых форматов коммуникаций государства и общества, выстраивающихся на базе популярных у аудитории социальных сетей, что можно считать результатом так называемой пятой коммуникационной революции, которая стирает грань между письменной и устной речью и ведет к появлению новых речевых жанров. Государственные институты охотно принимают перемены и изъявляют желание искать новый *tone of voice* в коммуникации с гражданами, а также обучаться актуальным коммуникационным практикам.

Ключевые слова: коммуникация, социальные сети, визуальный контент, простой и ясный язык

Для цитирования: Катышева Л.В. «Простой и понятый язык» как новый тренд коммуникации государства и общества // Коммуникология. 2022. Том 10. № 2. С. 85-94. DOI 10.21453/2311-3065-2022-10-2-85-94.

Сведения об авторе: Катышева Лариса Валерьевна – старший научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Современные технологии в государственном управлении» Института «Высшая школа государственного управления» РАНХиГС. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 82. E-mail: kатыsheva-lv@ranepa.ru.

Статья поступила в редакцию: 12.04.2022. *Принята к печати:* 20.05.2022.

Второе десятилетие XXI века ознаменовалось существенным ускорением темпов развития интернет-технологий и онлайн-коммуникации. При этом трансформировалось не только межличностное общение, но и коммуникация между обществом и государством, которая, с одной стороны, приобрела большое

количество новых каналов, а с другой – стала меняться стилистически и содержательно, адаптируясь к особенностям современного медиапотребления.

Одной из ключевых панелей «Гайдаровского форума 2022» стала дискуссия «Коммуникации государства и общества. Новые каналы взаимодействия с аудиторией»¹, в которой участникам было предложено обсудить, почему, выстраивая коммуникации с обществом, государство все чаще выбирает так называемые новые медиа. Так, губернаторы отвечают на вопросы жителей региона во время прямых эфиров в Инстаграм (запрещен в России), отказываясь от традиционных телеэфиров, а пресс-служба Правительства Российской Федерации ведет телеграм-канал, где новости сопровождаются не только фото и видеоматериалами, но и эмодзи. При этом переписка с органами власти в социальных сетях все чаще заменяет письменные обращения граждан. Участников и зрителей данной дискуссии интересовало, с чем связаны такие перемены в коммуникативной парадигме и можно ли считать их долгосрочным трендом.

Для того, чтобы ответить на данные вопросы необходимо, в первую очередь, обратить внимание на некоторые характеристики современной аудитории, к которой обращены коммуникаты власти. В 2019 году были опубликованы результаты очередного исследования, целью которого было определение уровня читательской грамотности во всем мире [Technical Report ... OECD]. Согласно этому исследованию, 80% жителей планеты можно отнести к группе так называемых массовых читателей, то есть тех, кто испытывает сложности в восприятии и интерпретации специальных текстов, написанных стандартным языком. При этом исследователи отмечают, что люди отказываются от чтения текстов, которых они не понимают. Это означает, что огромный пласт потенциальной аудитории остается неохваченным стандартными текстами, которые готовят органы власти.

Выступая в марте 2021 года перед группой слушателей программы Высшего резерва управленческих кадров ВШГУ РАНХиГС, руководитель Аппарата Министерства Финансов Финляндской Республики К. Холкерри отметила, что Финляндия относится к данной проблеме очень серьезно. Одним из решений страна видит активное развитие простого и ясного языка коммуникаций (plain & easy language), который позволит доносить общественно важную информацию до всех групп населения, включая пожилых людей, молодежь, а также мигрантов, которые оказываются неспособны понимать стандартные тексты [Fremer et al.].

Таким образом, становится очевидно, что, столкнувшись с требованием упрощения, вызванным недостаточным уровнем подготовки аудитории, язык коммуникаций государства и граждан меняется во многих странах. А сама коммуникация естественным образом переходит в социальные сети не только в силу их ак-

¹ Коммуникации государства и общества: новые каналы взаимодействия с аудиторией // Гайдаровский форум [эл. ресурс]: <https://gaidarforum.ru/ru/programme-2022/2490/> (дата обращения: 25.03.2022).

тивного распространения, но и в силу того, что язык общения социальных сетей обладает рядом характеристик простого и ясного языка [Нечаева и др.], а именно:

- а) сокращение количества слов в предложении;
- б) правило «один вопрос – один текст»;
- с) линейность логики и прямая последовательность изложения.

Эти характеристики в полной мере соответствуют стандартам написания текстов для социальных сетей, в которых с каждым годом отмечается наращивание присутствия представителей органов государственного управления. Кроме того, социальные сети предполагают активное использование приемов визуализации информации, публикацию фотографий и аудиовизуальных текстов, что отвечает условиям, сформированным пятой коммуникационной революцией [Cressler], которая привела к тому, что печатный текст как таковой потерял свое первостепенное значение, при этом важнейшую роль стали играть визуальные и аудиальные тексты. Таким образом, короткий фрагмент видео с того или иного события для массовой аудитории предпочтительнее текста пресс-релиза или даже печатной статьи, так как позволяет получить информацию, не затрачивая столько временных и когнитивных ресурсов, сколько требуется при прочтении печатного текста. Именно визуальные средства, применяемые в информационном дизайне, позволяют читателю понять суть сообщения без чтения печатного текста, исключительно на базе считывания и расшифровки визуального кода [Шевченко].

Исследования показывают, что человек более активно усваивает именно визуальную информацию. Так, описанный в книге Дж. Медины эксперимент [Медина: 247] показал, что при восприятии информации на слух через три дня человек вспомнит около 10%. Но если будет добавлено визуальное сопровождение, то запомнится уже в среднем 65%.

Визуальная информация влияет на людей как на когнитивном, так и на эмоциональном уровнях, акцентируя внимание на наиболее значимых фрагментах передаваемой информации, вызывая различные ассоциации. Именно за счёт этого использование визуального контекста в тексте улучшает понимание передаваемой информации.

Визуальный контент позволяет поддерживать высокую скорость декодирования информации, и, как следствие, коммуникации в целом, что более чем востребовано в мире, где человек благодаря новым средствам общения может одновременно присутствовать в нескольких местах, при этом каждая ситуация, в которой он таким образом пребывает, может требовать от него мгновенного реагирования. Эта возможность и одновременно необходимость возникла благодаря вышеупомянутой пятой информационной революции, которая, как и все предыдущие, поменяла не только уклад жизни, но и структуру общества, которое, по определению М. Кастельса, стало сетевым [Kortti]. Группы людей объединены благодаря пабликам в социальных сетях.

Еще один классик теории коммуникаций М. Маклюен утверждал, что появление новых средств коммуникации ведет к смене исторических периодов и появлению и развитию новой культуры в обществе [Logan]. Так, динамичность развития новых видов коммуникации стала причиной ежедневного возникновения новых значений, а также их быстрого исчезновения. Иными словами, возникла «сиюминутная» коммуникация или, по-другому, «инстант-культура» [Bell]. Таким образом, фиксируемые изменения языка коммуникаций государства и общества являются всего лишь частью новой культуры, сформированной активным распространением интернета [Betoncu, Ozdamli] и общей доступностью смартфонов и прочих индивидуальных устройств.

В современных условиях любой обладатель индивидуальных средств коммуникации может стать полноправным участником мирового коммуникационного пространства. При этом если коммуникационное пространство определяется как среда, включающая основные условия коммуникации (роли, правила, цели, ценности) [Dan], то можно предположить, что массовая аудитория, о которой было уже сказано выше в данной статье, играет не менее важную роль в формировании и принятии правил коммуникации, чем государство. Это приводит к упрощению текстов коммуникации государства и общества, более активному использованию визуальных образов и элементов неформальной коммуникации, таких как мемы, гифки и эмодзи.

Кроме того, эти элементы все чаще используются и официальными лицами и структурами. Так, еще в 2015 году министр иностранных дел Австралии Ж. Бишоп дала интервью онлайн-изданию BuzzFeed только с помощью эмодзи, значками отвечая на вопросы, которые журналист присылал ей в мессенджер¹. Официальный Telegram-канал Правительства Российской Федерации @government_rus в каждом посте, рассказывающем о деятельности членов кабинета министров, использует популярные эмодзи.

Пандемия ускорила процессы перехода в социальные сети чиновников многих стран и способствовала еще большему изменению языка в соответствии с законами онлайн-коммуникации. Именно коммуникация в социальных сетях смогла ответить на ряд запросов, характерных для кризисной ситуации. В числе таких запросов, по результатам глубинных интервью, проведенных в 2021 году в рамках научно-исследовательской работы, посвященной межстрановому анализу кризисных коммуникаций², были выявлены: скорость предоставления и распространения информации, личный опыт автора, возможность выразить личное отношение

¹ Bishop J. Foreign Minister of Australia, Raises Eyebrows With Emojis // The New York Times [el. source]: <https://www.nytimes.com/2015/10/23/world/australia/australia-emoji-julie-bishop-diplomacy-vladimir-putin.html> (дата обращения: 21.03.2022).

² На итоговой коллегии Роспотребнадзора представили результаты исследования РАНХиГС, посвященного кризисным коммуникациям в период пандемии // РАНХиГС [эл. ресурс]: <https://www.ranepa.ru/news/na-itogovoy-kollegii-rosпотреbnadzora-predstavili-rezultaty-issledovaniya-rankhigs-posvyashchennogo/> (дата обращения: 29.03.2022).

к происходящему, проявить эмпатию, продемонстрировав искреннее сопереживание. Кроме того, сложность ландшафта современных социальных сетей дала возможность прямого обращения к различным группам аудитории, что позволило обеспечить таргетированность, необходимую для успешного ведения кризисных коммуникаций. Так, в Южной Корее этот фактор дал возможность таргетного обращения практически к каждой возрастной и культурной группе [Катышева 2021].

В 2019 году в докладе «Открытость государства в России» Счётной палатой была представлена методика оценки уровня открытости федеральных органов исполнительной власти (ФОИВ). Как и в 2019–2020 годах, исследование проходило по нескольким направлениям, каждое из которых включало такие параметры для оценки как:

1. Открытость информации:

- оценка сайтов ФОИВ;
- оценка реагирования на информационные запросы граждан;
- оценка открытости ФОИВ в работе с журналистами.

2. Открытые данные:

- наличие наборов данных;
- выборочная оценка наборов данных.

3. Открытый диалог:

- использование социальных сетей как инструментов для диалога с гражданами;
- функционирование общественных советов при ФОИВ¹.

Рейтинг открытости демонстрирует тенденцию увеличения количества ФОИВ с высоким уровнем открытости (таблица 1).

Рейтинг	Количество ФОИВ	
	2020	2021
Высокий	3 (4%)	21 (30%)
Средний	29 (40%)	40 (57%)
Низкий	40 (56%)	9 (13%)

Таблица 1. Рейтинг открытости ФОИВ, 2021 / Transparency ranking of the federal executive authorities in 2021

В России многие чиновники также быстро осознали, что пост в социальной сети в период кризиса гораздо эффективнее официального пресс-релиза на сайте органа власти. Оперативно освоив новые информационные площадки, органы регионального управления, на которых была возложена ответственность за борьбу с коронавирусом на местах, начали выстраивать коммуникацию с ауди-

¹ Открытость государства в России – 2021 // Счетная палата Российской Федерации [эл. ресурс]: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Otkrytost-2021.pdf> (дата обращения: 20.03.2022).

торией на языке социальных сетей. Именно это, по мнению экспертов АНО «Диалог», стало главным драйвером укрепления доверия к региональным властям в период начала пандемии [Катышева 2020].

В своих постах губернаторы проявляли эмпатию, используя эмоционально окрашенные слова, обозначающие сочувствие, тревогу за близких, местоимения «мы», позволяющие подчеркнуть общность и единение с аудиторией. Подобные элементы отмечались и в выступлениях других мировых лидеров и чиновников, чья стилистика коммуникаций была отнесена исследователями к категории Charismatic в системе лидерства CIP, сформулированной Милфордом.

В то же время была подчеркнута важность понятного и простого языка: одним из ключевых критериев рейтинга активности губернаторов в социальных сетях¹, стал критерий живого языка, предусматривающий умение вести коммуникацию «простым и ясным языком на стыке разговорной и письменной речи». Еще одним важным критерием стала новая искренность, предусматривающая умение проявлять в коммуникации эмпатию.

В целом в России на 2021 год функционируют 876 информационных систем федерального уровня. Согласно мнению ряда экспертов, общие расходы на них за период с 2017 по 2019 годы составили около 60–75 млрд. рублей². Одной из главных задач формирования подотчетности органов государственной власти, а также персональной ответственности перед обществом руководителей ведомств и организаций стало ведение коммуникации на «простом и понятном» языке.

По данным, предоставленным АНО «Диалог», к началу 2022 года 82 из 85 глав регионов являлись активными пользователями социальных сетей. При этом их аккаунты стали для многих местных жителей не только популярными информационными ресурсами, но и своего рода онлайн-приемными, где жители задают вопросы, оставляют обращения и жалобы и получают ответы от профильных органов власти и от самих губернаторов. Стилистика этих ответов чаще всего более официальная, чем тексты постов, и содержит речевые конструкции, характерные для официальных ответов на письменные обращения граждан. При этом общий тон ответов более приветливый. Ниже приведен фрагмент переписки в Facebook* Ларисы Поршневой, жительницы Подмосковья, прокомментировавшей пост губернатора Андрея Воробьева о реновации, и Алены Масловой, представителя пресс-службы Администрации городского округа Королёва (рисунок 1).

¹ Основано на материалах, предоставленных автору АНО «Диалог».

² Развитие подотчетности органов власти и персональной ответственности руководителей ведомств и организаций перед обществом за достижение целей и задач – одна из ключевых задач Стратегии развития Счетной палаты на 2018–2024 гг. // Счетная палата Российской Федерации [эл. ресурс]: <https://ach.gov.ru/page/government-openness> (дата обращения: 11.04.2022).

* Организация признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

Лариса Поршнева

Ещё остались?! Да весь старый Королёв - это дома до 1935 года, мой дом 1930 года, и мы не попали ни в какую реновацию!

Алёна Маслова

Лариса Поршнева. Здравствуйте! Пожалуйста, уточните адрес для того, чтобы специалисты могли подготовить ответ на Ваш вопрос.

С уважением, пресс-служба администрации г.о. Королёв.

Лариса Поршнева

Алёна, это ВСЕ дома по улице Коминтерна, с 1 по 15, дома по проезду Ударник и проезду Воровского, по ул. Ленина и Карла Либкнехта, это дома в Завокзальном районе, по улице Грабина. У нас весь старый город - дома с деревянными перекрытиями!

Алёна Маслова

Лариса Поршнева. Уважаемая Лариса, добрый день! В первый этап программы реновации на территории городского округа Королёв, вошло 11 многоквартирных жилых домов, в мкр. Текстильщик и Первомайский. Программа реновации рассчитана на долгосрочный период и будет продолжена.

С уважением, пресс-служба администрации г.о. Королёв.

Рисунок 1. Переписка жительницы Подмоскovie и пресс-службы администрации городского округа Королёва / Correspondence between a resident of the Moscow region and the press service of the administration of the urban district of Korolev

На январь 2022 года самой популярной социальной сетью среди глав регионов стал Инстаграм* (81 глава), «ВКонтакте» (65), «Одноклассники» (55). 19 ведут свои Telegram-каналы, 5 завели каналы в TikTok¹.

Основу публикуемого контента составляют новости о работе органов власти в целом и о собственной работе чиновников в частности. Кроме того, многие губернаторы делятся личным контентом: рассказывают о своей семье, хобби и

¹ Аккаунты губернаторов в социальной сети «TikTok» на январь 2022 года: М. Дегтярев (Хабаровский край): <https://www.tiktok.com/@mikhaildegtyarev27>; А. Осипов (Забайкальский край): https://www.tiktok.com/@osipov_officially; О. Кожемяко (Приморский край): <https://www.tiktok.com/@onkozhemiyako>; И. Бабушкин (Астраханская область): https://www.tiktok.com/@babushkin_iyu; А. Бречалова (Удмуртия): <https://www.tiktok.com/@brechalov> (дата обращения 30.01.2022).

* Организация признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

увлечениях. Новыми трендами в работе с аккаунтами стала организация прямых эфиров и публикация коротких вертикальных видеороликов, так называемых Reels. Так, ролик с мамой А.С. Николаева, главы Республики Саха, набрал 256 тыс. просмотров.

Признание компании Meta* (запрещена в России) экстремистской организацией¹ способствовало активному переходу российских политических деятелей на следующие площадки: Одноклассники и VK. При этом стилистика коммуникаций, сформированная на платформах Meta*, была сохранена. Прочность отмеченного тренда наглядно демонстрирует популярность программ, посвященных онлайн-коммуникациям или простому и понятному языку в линейке образовательных предложений ВШГУ РАНХиГС. Кроме того, в марте 2022 года на базе Президентской академии начал свою работу Центр понятного языка, в задачи которого входит развитие стандартов простых и ясных коммуникаций государства и общества.

Заключение. Таким образом, на сегодняшний день российские органы власти в значительной степени овладели навыками интернет-коммуникации, которая включает в себя, с одной стороны, соединение письменного и устного языков, а с другой – применение средств визуализации. Именно по этой причине в России наблюдается значительный интерес к изучению простого и понятного языка, который уже стал трендом коммуникации между органами власти и обществом во многих европейских странах.

Источники

Катышева Л.В. (2020). Современные лидеры в борьбе с пандемией и недоверием // Личность: ресурсы и потенциал. № 4 (8). С. 18-24.

Катышева Л.В. (2021). Финские и южнокорейские практики как основа для поиска универсальных подходов к кризисным коммуникациям в период пандемии COVID-19 // Коммунология. Том 9. № 4. С. 66-82.

Медина Д. (2018). Правила мозга. Что стоит знать о мозге вам и вашим детям. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Нечаева Н.В., Хельмле К.-С., Каирова Э.М. (2021). Перевод на ясный и / или простой языки как интралингвальный вид перевода и подготовка переводчиков // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. Т. 20. № 3. С. 99-108.

Шевченко В.Э. (2013). Теоретические основы визуальной коммуникации // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. № 20 (163). Вып. 19. С. 174-180.

Bell D. (1996). The Cultural Contradictions of Capitalism. Basic Books; special ed.

Betoncu O., Ozdamli F. (2019). The disease of 21st century: Digital disease. Central and Eastern European Online Library [el. source]: <https://www.cceeol.com/search/article-detail?id=769088>.

¹ Суд в Москве признал Meta (запрещена в России) экстремистской организацией // Коммерсантъ [эл. ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/5270188> (Дата обращения: 23.03.2022 г.).

* Организация признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

- Cressler J.D. (1998). The Communications Revolution. In: Silicon Earth, 2nd ed. CRC Press, 2016.
- Dan L.I. (2021). On the Basic Conditions and Realistic Approaches to Build the Belt and Road Cultural Community. *Journal of Renmin University of China*. Vol. 35. No. 6. P. 165-175.
- Fremer M., Leskelä L., Onkamo U., Piehl A., Raevaara L., Tiililä U. (2019). Clear language is inclusive and prevents exclusion [el. source]: https://vm.fi/documents/10623/12914468/Policy_Brief_1_2019.pdf/0a1dd1b1-257f-1f18-63ba-36ea83a9c308/Policy_Brief_1_20-19.pdf.
- Kortti J. (2021). Revolution talk and media history. In: Academia Letters Helda [el. source]: <https://doi.org/10.20935/AL811>.
- Logan R. (2020). Marshall McLuhan's General System Thinking and Media Ecology. *New Explorations: Studies in Culture and Communication*. Vol. 1. No. 2. P. 187-200.
- Technical Report of the Survey of Adult Skills (2019). OECD [el. source]: https://www.oecd.org/skills/piaac/publications/PIAAC_Technical_Report_2019.pdf.

■ ■ ■ Plain and Easy Language as a New Trend of Communication between the State and Society

Katysheva L.V.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia.

Abstract. Analyzing the modern communication practices of authorities at different levels, as well as speeches and posts on social networks of a number of Russian officials, the author of points to noticeable changes in the style of communication between the state and society compared to previous periods. These changes seem to be caused by the need for the authorities to master the increasingly popular new media and communicate with an audience that, due to its training, cannot perceive information in an official style. The trigger of these changes, outlined since the advent of new means of communication and supported by the active spread of the Internet, was the situation of the coronavirus pandemic, which required the state to build crisis communications that require clarity of messages, speed of their delivery and appeal to the emotions of the audience. The noted changes can be considered a trend that will only intensify, including due to the growth in popularity of 'plain and easy language' observed in many European countries, which has become a response to the problem of low level of reader literacy. However, it will mainly be supported due to the active development of new formats of communication between the state and society, built on the basis of popular social networks among the audience, which can be considered the result of the so-called fifth communication revolution, which blurs the line between written and oral speech and leads to the emergence of new speech genres. State institutions willingly accept changes and express a desire to seek a new tone of voice in communication with citizens, as well as to learn relevant communication practices.

Keywords: communication, social networks, visual content, plain and easy language

For citation: Katysheva L.V. (2022). Plain and easy language as a new trend of communication between the state and society. *Communicology (Russia)*. Vol. 10. No. 2. P. 85-94. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-85-94.

Inf. about the author: Katysheva Larisa Valerievna – Senior Researcher of Modern Technologies in Public Administration Research Laboratory, RANEPa. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 82. E-mail: katysheva-lv@ranepa.ru.

Received: 12.04.2022. *Accepted:* 20.05.2022.

References

- Bell D. (1996). *The Cultural Contradictions of Capitalism*. Basic Books; special ed.
- Betoncu O., Ozdamli F. (2019). The disease of 21st century: Digital disease. Central and Eastern European Online Library [el. source]: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=769088>.
- Cressler J.D. (1998). *The Communications Revolution*. In: *Silicon Earth*, 2nd ed. CRC Press, 2016.
- Dan L.I. (2021). On the Basic Conditions and Realistic Approaches to Build the Belt and Road Cultural Community. *Journal of Renmin University of China*. Vol. 35. No. 6. P. 165-175.
- Fremer M., Leskelä L., Onkamo U., Piehl A., Raevaara L., Tiililä U. (2019). Clear language is inclusive and prevents exclusion [el. source]: https://vm.fi/documents/10623/12914468/Policy_Brief_1_2019.pdf/0a1dd1b1-257f-1f18-63ba-36ea83a9c308/Policy_Brief_1_20-19.pdf.
- Kortti J. (2021). Revolution talk and media history. In: *Academia Letters Helda* [el. source]: <https://doi.org/10.20935/AL811>.
- Logan R. (2020). Marshall McLuhan's General System Thinking and Media Ecology. *New Explorations: Studies in Culture and Communication*. Vol. 1. No. 2. P. 187-200.
- Technical Report of the Survey of Adult Skills (2019). OECD [el. source]: https://www.oecd.org/skills/piaac/publications/PIAAC_Technical_Report_2019.pdf.
- Katysheva L.V. (2020). Modern leaders in the fight against the pandemic and mistrust. *Personality: resources and potential*. No. 4 (8). P. 18-24 (In Rus.).
- Katysheva L.V. (2021). Finnish and South Korean practices as a basis for finding universal approaches to crisis communications during the COVID-19 pandemic. *Communicology*. Vol. 9. No. 4. P. 66-82 (In Rus.).
- Medina D. (2018). *Brain rules. What you and your children should know about the brain*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber (In Rus.).
- Nechaeva N.V., Helmle K.-S., Kairova E.M. (2021). Translation into clear and / or simple languages as an intralingual type of translation and training of translators. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2. Linguistics*. Vol. 20. No. 3. P. 99-108 (In Rus.).
- Shevchenko V.E. (2013). Theoretical Foundations of Visual Communication. *Scientific Bulletin of BelSU. Ser. Humanitarian sciences*. No. 20 (163). Issue. 19. P. 174-180 (In Rus.).