

УДК 811.161.1
<https://doi.org/10.23951/1609-624X-2023-3-103-111>

Коммуникативно-деятельностный подход к негомогенным текстам институциональной направленности

Лариса Олеговна Бутакова

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Омск, Россия, larisabut@rambler.ru

Аннотация

Порталы городского и регионального руководства отражают требование обязательности общения официальных властей с населением в виртуальной среде, институциональны по дискурсивной направленности, содержат негомогенные средства передачи информации и оформления коммуникации. Официальный портал администрации г. Омска (<https://www.admomsk.ru/web/guest/main>) рассматривается в аспекте коммуникативно-деятельностного подхода с целью установления способов передачи информации, организации общения с разными группами адресата, функций вербальных и иных регулятивов. Теоретическая значимость исследования состоит в применении двухэтапной методологии, включающей оценку регулятивов разной природы, установление их взаимосвязи с когнитивными и коммуникативными моделями виртуальной среды, выявление текстов, сориентированных на социально ограниченного адресата, установление их разноуровневого состава. Практическая значимость связана с характером полученных результатов, касающихся наличия в структуре портала типового навигационного каркаса с простой системой линейных вертикальных и горизонтальных связей, представленности на содержательном уровне взаимосвязанных вербальных и визуальных компонентов, обусловленности их соотношения целями раздела, актуальностью информации для адресанта и адресата, значимостью поликодовых моделей, передающих региональную информацию, воздействующих на эмоциональную сферу адресата – жителя города. В результате исследования были сделаны выводы о ведущей роли в реализации стратегии информирования тематического, логического, сюжетно-композиционного уровней контента и его частей, функционировании многоплановой системы регулятивов, наличии эксплицитных визуальных (горизонтальных) регулятивов, локализирующих внимание адресата с помощью цвета, размера, пространственного расположения, репрезентирующих определенную тему, проблему, информацию, визуальных вертикальных регулятивов, связанных с призывами к конкретным действиям, визуальных скрытых регулятивов (фотографий, инфографики, воздействующих на эмоциональную и эстетическую сферы адресата, диаграмм, графиков, таблиц, служащих для концентрации большого объема информации, упрощения ее восприятия), существование которых обнаруживается только после открытия гиперссылок, эксплицитных вербальных горизонтальных и вертикальных регулятивов, номинирующих разделы контента, гиперссылок, передающих информацию и через нее лексическими, стилистическими, цифровыми, графическими средствами осуществляющих «якорение» внимания адресата, полимодальных регулятивов.

Ключевые слова: *негомогенные тексты, поликодовый текст, мультимодальный текст, коммуникативная, структурная, смысловая, когнитивная организация текста, коммуникативно-деятельностный подход, регулятив, институциональный дискурс*

Для цитирования: Бутакова Л. О. Коммуникативно-деятельностный подход к негомогенным текстам институциональной направленности // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2023. Вып. 2 (226). С. 103–111. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2023-2-103-111>

Communicative and activity approach to non-homogeneous institutional texts

Larisa O. Butakova

Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, larisabut@rambler.ru

Abstract

Non-homogeneous (polycode, polymodal, multimodal) texts have long become part of modern communication (both media and official business). The requirement for mandatory communication of official authorities, public and party organizations with the population in a virtual environment has given rise to official portals of regional governments, ministries at various levels, and city administrations. These virtual objects are institutional because they have a discursive orientation, specific means of information transfer and communication design. The communicative-activity approach is applicable to the texts contained on the official portals of the city administration (in this article we are talking about the vir-

tual portal of the Administration of Omsk Omsk. rf, located at: <https://www.admomsk.ru/web/guest/main>). The purpose of the article is to evaluate the ways of transmitting information, organizing communication with different age and social groups of the addressee in terms of the manifestation in them of visual, verbal, multimodal regulators that implement communicative and cognitive models of the virtual institutional environment. Material for this study: texts posted on the virtual portal of the administration of the city of Omsk (Omsk. rf.). The research methodology includes two stages: 1. Evaluation of visual, verbal, multimodal regulators, their communicative orientation in terms of expressing communicative and cognitive models of the virtual institutional discursive environment; 2. Identification of texts aimed at certain social and age groups of addressees, establishing their informational, semantic, communicative, cognitive composition as an environment for forming the image of the addressee and addressee. The main results of the analysis of the form and content of the portal showed the following. The portal structure includes a typical navigation frame with a fairly simple system of linear vertical and horizontal links. The content level is represented by interconnected verbal and visual components. Their different ratio in different parts of the content, the quality and quantity of inhomogeneous units is due to the goals of the section (transmission of information / impact on the emotive, aesthetic sphere of the addressee), the relevance of the information contained for the addresser and addressee. The communicative and cognitive levels form verbal and visual communicative and cognitive models that convey a predominantly regional formation, affecting the emotional sphere of an addressee that is indefinite in social, gender, age terms - a city resident, establishing an interactive connection with the latter. The communicative-activity approach to a non-homogeneous text of an institutional type - the official portal of the Administration of the city of Omsk, showed a variety of means of communication (visual and verbal), one-sidedness of communication, typical for virtual objects of this level. The method of designating a collective addresser is indicated in the name of the portal through an indication of ownership (portal of the Administration of Omsk), corresponds to the legal norms of institutional discourse. The category of the addresser is specified at the factual level in the part of the portal "Administration" with the help of the Mayor's personal page, description of the Mayor's office, legal grounds for activity, etc. The addresser's communication is focused on a regionally limited collective addressee - residents of Omsk (Omsk). Less often, the addressee is limited by territory, age, social group. The category of the addressee in the texts of the portal is expressed by indirect means - the names of age social, gender and other groups and their representatives in the headings of the content and within the texts that fill it. Special appeals to an indefinite addressee are single, associated with current events in the city, weather, etc. The structure of the horizontal-vertical links of the portal's navigation frame, the "duplication" of the content components in the header and footer parts direct the addressee's attention to the hyperlinks he needs, ensuring comfort and utility of perception. But the titles of these hyperlinks do not reveal the impactful (emotive, expressive, aesthetic) strategies that are found in a number of pieces of content. They are implemented using a variety of static and dynamic infographics, they are found only after opening a hyperlink. The leading means of polycode, polymodal, multimodal implementation of the informing strategy are the thematic, logical, plot-compositional levels of the content of the portal as a whole, texts in its parts. The nominations of hyperlinks and the leads of the texts contained in them, together with the photographs accompanying the links, perform the functions of attracting the reader's attention and informing. The portal contains a multifaceted system of regulators due to the multimodal nature of this virtual object. The system includes: explicit visual (horizontal) regulators that attract and localize the attention of the addressee with the help of color, size, location in the space of the portal interface, creating contrast, meaning a certain topic, problem, information or supplementing it; visual vertical regulators associated with calls for specific actions; visual hidden regulators (photos, infographics - photo report, photo report, photo story, photo tour, performing the functions of influencing the emotional and aesthetic spheres of the recipient's perception; diagrams, graphs, drawings, tables, performing the functions of concentrating a large amount of information, illustrating, simplifying perception), the existence of which is found only after opening hyperlinks; explicit verbal horizontal and vertical regulators that nominate sections of content, hyperlinks, etc., conveying mainly information and through it by lexical, stylistic (a combination of neutral, special and colloquial vocabulary), digital, graphic (font, underlining, color highlighting) means that implement "anchoring" the attention of the addressee; polymodal regulations (video about the professional activities of employees of the City Administration, the mayor, city utilities).

Keywords: *non-homogeneous texts, polycode text, multimodal text, communicative, structural, semantic, cognitive organization of the text, communicative-activity approach, regulative, institutional discourse*

For citation: Butakova L. O. Communicative and activity approach to non-homogeneous institutional texts [Kommunikativno-deyatelnostnyy podkhod k negomogennym tekstam institutsional'noy napravlenosti]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2023, vol. 3 (227), pp. 103–111 (in Russ.). <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2023-3-103-111>

Введение

Коммуникативно-деятельностный подход, разрабатываемый Томской школой коммуникативной стилистики, эффективен для анализа текстов разного типа, как собственно вербальных (художественных и нехудожественных), так и совмещающих семиотические единицы разной природы, функционирующих в виртуальном пространстве современной цифровой коммуникации [1–6]. Анализируя особенности кон-

цепции, Н. С. Болотнова отмечает, что «при коммуникативно-деятельностном подходе к тексту в его структуре в коммуникативной стилистике выделены два основных уровня, которые рассмотрены в лингвистическом и экстралингвистическом аспектах:

1) информативно-смысловой, включающий такие подуровни, как предметно-логический (денотативный), тематический, сюжетно-композиционный;

2) прагматический, в котором выделяются следующие подуровни: эмоциональный, образный, идейный» [6, с. 198]. Не менее важны в аспекте опоры на коммуникативно-деятельностный подход к тексту три взаимосвязанных направления коммуникативной стилистики – теории регулятивности, текстовых ассоциаций и смыслового развертывания текста, «отражающих первичную и вторичную текстовую деятельность автора и адресата при порождении текста, его восприятии, смысловой интерпретации и понимании» [6, с. 199].

Учитывая особенности интроспективного анализа негомогенных текстовых объектов виртуальной институциональной дискурсивной среды, акцентируем сущностные составляющие теории регулятивности. Представители Томской школы коммуникативной стилистики подчеркивают возможности указанной теории в области декодирования текста, связывают теорию с текстовой системностью, «организованной замыслом автора», подчеркивают актуальность выделения:

- регулятивных средств на уровне отдельных элементов текста;

- регулятивных структур (стилистических приемов, текстовых парадигм разных типов, ассоциативно-смысловых полей концептов, типов выдвижения);

- способов регулятивности (принципов организации текста);

- регулятивных стратегий, по-разному отражающих организацию автором познавательной деятельности читателя;

- выявления регулятивного эффекта на основе опроса и экспериментальной методики» [6, с. 199].

Последний тип экспериментально-аналитической деятельности не актуален для анализа, предлагаемого в данной статье, но он дает надежные результаты и подтверждает интроспективные процедуры, используется как для текстов анализируемого типа, так и для других негомогенных семиотических объектов [7–10].

Полагаем, что коммуникативно-деятельностный подход вообще и прикладной аспект теории регулятивности в виде выявления регулятивных средств на уровне элементов негомогенного в семиотическом отношении текста институционального типа, существующего в виртуальной среде, может оказаться эффективным при условии установления регулятивных структур, способов регулятивности, регулятивных стратегий, по-разному отражающих организацию адресантом познавательной деятельности адресата. Для описываемой коммуникации фигуры адресанта и адресата специфичны: официальные общероссийские или региональные правительства, мэрии и т. п. представляют себя в формате виртуального портала, часто

не персонализируя и не акцентируя личностную составляющую; адресат такого общения (жители страны, региона) тоже далеко не всегда персонализирован, хотя определенные указания на социальные, возрастные и иные группы могут составлять «выделенного адресата», для которого предназначена та или иная информация, оформленная с помощью набора тех или иных регулятивных стратегий и средств.

Особенности общения официальной власти и ее институтов с народом в виртуальном формате описывались лингвистами в разных аспектах – как часть дискурса массовых коммуникаций [11], совокупность технологий и стратегий [12–14], социально ориентированная виртуальная коммуникация [15], разновидность региональной политической коммуникации [16–19]. Не меньше внимания уделялось специалистами разного профиля структурной и содержательной характеристике веб-порталов и веб-сайтов разного уровня [20–23]

Цель – оценить способы передачи информации, организации коммуникации с разными возрастными и социальными группами адресата в аспекте проявления в них визуальных, вербальных, мультимодальных регулятивов, реализующих коммуникативные и когнитивные модели виртуальной институциональной среды и направляющих познавательную деятельность адресата.

Материал и методы

Материалом для данного исследования являются вербальные и негомогенные (поликодовые, полимодальные, мультимодальные) тексты, размещенные на виртуальном портале администрации г. Омска (Омск. рф.), а также пространство портала как целостный мультимодальный дискурсивный объект.

Методология исследования охватывала два этапа: 1. Оценка визуальных, вербальных, мультимодальных регулятивов, их коммуникативной направленности в аспекте выражения коммуникативных и когнитивных моделей виртуальной институциональной дискурсивной среды. 2. Выявление в контенте виртуального портала текстов, направленных на определенные социальные и возрастные группы адресатов, установление их информационного, семантического, коммуникативного, когнитивного состава как среды формирования образа адресата и адресанта.

Результаты и обсуждение

Портал администрации г. Омска (Омск. рф.) представляет собой объемный по содержащейся информации, стабильно-динамический по характеру изменчивости контента, конвергентный по уровню сближения разнородных электронных тех-

нологий и способов их взаимодействия коммуникативный ресурс с достаточно простой навигацией и выбором оформления на четырех языках: по-русски, English, Deutsch, 中文. Здесь же представлены опции поиска и перехода на вариант портала для слабовидящих (такие опции традиционны, имеют, кроме вербальной, знаковые формы указания). Данный контент заголовочной части портала предполагает, что адресатом может быть хорошо или плохо видящий человек, лицо, говорящее на русском, или английском, или немецком, или китайском языках. Языковая ориентация отражает не только тенденции в сфере экономики, политики, но и акцентирует исторические связи региона и города с определенными этническими группами.

Навигационный каркас портала представляет собой достаточно простую систему линейных вертикальных и горизонтальных связей (о понятии навигационного каркаса и его структуры см. [22]). Он соответствует формальным компонентам, распространенным в структурах сайтов региональных правительств и администраций городов разных стран, состоит из «Заголовка, который включает Меню и Основную область сайта (область основного контента) и Футера» (см. анализ в [23, с. 44–45]). Заголовок – верхняя часть страницы портала, футер (или подвал) – его нижняя часть.

Статичный визуальный компонент заголовочного комплекса интерфейса содержит цветные рисунки – изображения герба, исторических объектов Омска (Тарских ворот, Пожарной каланчи, торговых рядов ул. Ленина (Любинского проспекта)) и современного здания мэрии. В данной части интерфейса портала визуальные компоненты выполняют функции дифференциации (герб сразу же указывает на город) и настройки адресата – на позитивные эмоции (знакомые исторические объекты вызывают положительный эмоциональный отклик у жителей города, у его гостей – интерес). Адресат данной части портала – любой житель г. Омска, Омской области, гости города вне зависимости от возраста, пола, социальной группы. Можно было бы предположить, что история герба, флага города заинтересует незрелых жителей (школьников в первую очередь), но вербальная составляющая текста обнаруживает ориентацию на взрослых носителей русского языка. Об этом свидетельствует наличие в данной части контента официальных документов (например: *Решения Омского городского Совета от 20 сентября 1995 года № 92 «Об Уставе города Омска» (ред. от 20.04.2022)*, *Решение Омского городского Совета от 16.04.2014 № 221 «О гербе города Омска» (ред. от 20.07.2022)* и т. п.), а также преобладание единиц официально-делового стиля при описании истории герба, флага (например: *В 2014 году Омский городской совет*

принял новые герб и флаг Омска. До 1 января 2016 года их изображения использовались равноправно с принятыми в 2002 году).

Вербально означены в заголовочной части постоянные интерактивные рубрики: *Город, Администрация, Новости, Развитие, Услуги и сервисы, Законодательство, Обращения граждан*. Эти же рубрики повторены со всеми включенными гиперссылками в нижней (футерной) части интерфейса портала, объединенными в комплексы по тематике, что обеспечивает не только удобство (позволяют пользователю быстро добраться до искомого раздела), но и выполняет функцию эффективного воздействия. Указанный контент портала в варианте «заголовочного» расположения не содержит вертикального списка гиперссылок каждой части, зато его наличие в «футерном» расположении дает возможность получить информацию выборочно, без отвлечения на другие части. Например, часть «Город» содержит гиперссылки: *Устав и символика, История, День города, Экскурсия по Омску, Внешние связи, Градостроительство, Культура, Спорт, Меценатство, Окружающая среда и экология*; часть «Администрация» включает гиперссылки: *Мэр, Подразделения, Округа, Коллегиальные органы, Муниципальная служба, Противодействие коррупции, Муниципальный контроль, Информация для СМИ, Пресс-конференции, Избирательное право*.

Кроме этого, каждая из указанных частей контента, означенная гиперссылками, насыщена инфографикой. Особенно это касается части «Город», в которой есть цветные рисунки герба и флага, сопровождаемые вербальными компонентами, значительно уступающими по объему визуальным. Также здесь содержатся фотоотчеты о Дне города – 2022, выставке «Флора – 2022», содержащие карты города и пр., снабженные гиперссылками, переход по которым открывает цветные фотографии каждого объекта, сопровождаемые объемными или небольшими текстами.

Ежегодная выставка «Флора» в данной части контента портала имеет, кроме описанных, вертикальные гиперссылки: *История «Флоры», СМИ о «Флоре», Фотолетопись «Флоры»*. Такое внимание к указанному событию не случайно: ежегодная выставка «Флора» – заметное и любимое горожанами мероприятие, красивое, отражающее креативность создателей (в мероприятии задействованы районы города, агрофирмы, садоводческие товарищества и пр.). Наличие горизонтальных и вертикальных гиперссылок, связанных с обилием визуальных статичных объектов (цветных фотографий), отражающих историю события с 2011 г., воздействует на эмотивную и эстетическую сферы адресата, направлено на формирование позитивных эмоций, оживление воспоминаний.

Раздел «Экскурсия по Омску» информативен в визуальном и вербальном отношении. Не случайно его подзаголовок ориентирован на эмотивное воздействие с помощью средств синтаксиса (парцелированные структуры) и лексики (наименования чувства – с одной стороны, обозначение жанра – с другой): «Сибирь. Омск. С любовью. Экскурсия для омичей и гостей города».

Раздел содержит не только карту города с маркерами важных исторических мест (каждый маркер на карте открывает фотографию с надписью), но и полное описание всех значимых мест города, связанных с его культурой и историей (в этих частях преобладают информативные вербальные компоненты, имеющие заголовки, выполняющие и функции рекламирования, привлечения внимания, «перцептивно-когнитивного крючка»: «Омский узник», «С именем русского классика», «Пристаньца муз», «На весах мироздания», «Омск – белая столица» и пр.

Раздел «Город» имеет экспрессивный подзаголовок «Омск – город будущего!», направленный на эмоциональное воздействие на адресата. Данный раздел содержит различную информацию: справочного типа (географического, исторического, климатического и пр.) – *Город Омск основан в 1716 году. Официально получил статус города в 1782 году. С 1934 года – административный центр Омской области; Площадь Омска – 566,9 кв. км. Координаты города Омска: 55.00° северной широты, 73.24° восточной долготы; Климат Омска – резко континентальный* и т. д.); культурного, спортивного и иного типа. Информация представлена в краткой форме общелитературными вербальными средствами, тесно связанными с цветными визуальными компонентами (фотографиями). Большое количество визуальных средств сконцентрировано в разделах «День года – 2022», «Фотолетопись Дня города». Последний раздел содержит не только фотографии. Он снабжен разнообразными подзаголовками контента, сориентированными на точное означивание ведущих событий и каузирование интереса неопределенного адресата – «15-й “Щит” Сибири»: все легенды Средневековья», «Служилые люди Сибири»: фестиваль нашей истории» и пр.

Раздел «История» охватывает не только подразделы информативного типа, совмещающего вербальные и визуальные компоненты (фотографии, рисунки). В нем есть специальная часть – «Фильмы об истории Омска», включающая цикл фильмов о городе, снятых Тамарой Путинцевой.

Еще одним важным горизонтальным компонентом верхней части интерфейса портала является резко выделяющийся визуально, окрашенный черным цветом видео-, фотоконтент, состав которого

меняется в зависимости от смены актуальных событий жизни города.

Киночасть описываемого горизонтального контента отличается серьезным содержанием, в котором закадровым текстом включены интервью специалистов ЖКХ, жильцов домов, старших по дому, видеорядом актуализированы концепты «город», «коммунальное хозяйство», «уборка снега», «жизнь горожан», «общество» и пр. Данная часть информирует и ситуативно воздействует стратегиями (адресата убеждают в том, что проблемы есть, но они решаются), связана с проблемами ЖКХ, благоустройства, общества. Она содержит гипер-ссылку *Муниципалитет меняет подход к контролю за работой управляющих организаций*, по которой открывается видео о жизни города и деятельности муниципалитета.

В этой же части интерфейса портала есть включенный поликодовый компонент, направленный на осуществление интеракции населения города с мэром. Компонент содержит фотографию мэра, указание на его официальную страницу «ВКонтакте» и ее адрес.

Основная часть вербальных и визуальных компонентов, призванных активизировать общение населения города с его мэрией, службами городского хозяйства, а также объявления о приеме на работу, подаче обращений граждан, дифференцированные по тематике, трансферы в порталы службы «одного окна», городского транспорта, бюджета для граждан, электронного магазина города Омска, осуществляющего закупки малого объема для муниципальных нужд и пр., сосредоточены в виде вертикальной ленты правой части интерфейса. В этой части преобладают вербальные средства передачи информации, объединенной актуализацией концептов «город», «транспорт», «работа», «бюджет», «тарифы» и пр. Для привлечения внимания пользователей портала применены графические средства – выделение крупным полужирным и жирным курсивом, изменение цвета (на фоне преобладающего черного цвета шрифта данные гипер-ссылки выделены синим цветом), наличие фона (кремового, зеленого), символических изображений транспорта, денег, аукционного молотка. Они выполняют функцию визуального означивания важных для адресата частей контента.

Тематика разделов такова, что некоторые из них (закупки малого объема) интересуют определенную группу адресата – руководителей организаций и предприятий, желающих участвовать в конкурсе (предложения для него оформлены соответствующим образом на портале электронного магазина). Раздел «Бюджет для граждан» выполняет информативную, обучающую, рекламную и контактную функции. Он построен в виде контента, содержащего

го яркие изображения (рисунки, диаграммы и пр.) каждой части с гиперссылками: *Что такое бюджет, Бюджет города Омска, Исполнение бюджета, Муниципальные программы, Муниципальный дорожный фонд, Конкурс проектов «Бюджет для граждан»* и др. По каждой ссылке раскрывается соответствующее содержание, переданное преимущественно визуально и графически – цветными объемными диаграммами, таблицами, схемами, символами. Вербальные компоненты выступают в качестве пространственных комментариев к визуальным.

Финальными частями вертикальной ленты являются поликодовый и вербальный компоненты, нацеленные на вовлечение жителей г. Омска в опросы. Первый компонент назван «Мой выбор, Мое будущее». Он является приглашением к общественному голосованию на портале Госуслуг, содержит цветные символические обозначения всех сфер жизни, по которым ведется голосование, и кнопку «Участвовать». Второй компонент является исключительно вербальным, имеет наименование «Мнение омичей», содержит приглашение ответить на вопросы в конкретных сферах деятельности городских и областных служб: *Ответьте на 7 вопросов о деятельности муниципалитета в сфере ЖКХ, ремонта дорог и организации транспортного обслуживания*. Адресат задан в номинации раздела – омичи. Кнопка «Участвовать в опросе» открывает страницу портала Правительства Омской области с анкетой.

Вертикальная лента левой части портала – наиболее широкая и длинная. Она содержит новости города, постоянно меняется, разнообразна по содержанию. Каждая гиперссылка в ней выделена полужирным курсивом и величиной шрифта, содержит визуальный компонент небольшого размера – фотографию объекта, события, о которых идет речь, вербальные компоненты, выполненные мелким шрифтом, указывающие на дату и время, рубрику, основную смысловую линию текста (подводку к медийному тексту).

В данной части собраны тексты разных речевых жанров, отражающих стратегии информирования (см. заголовки текстов выше), приглашения (*Омичей приглашают к участию в конкурсе на лучшую кормушку для птиц*), предупреждения-обещания (*За наледь и сосульки на крышах владельцев зданий в Омске ждут крупные штрафы*), напоминания (*Омичам напоминают о правилах пожарной безопасности*; данный текст снабжен поликодовым компонентом красного цвета, вербальная часть которого – призыв (*Соблюдайте правила пожарной безопасности*)). Тексты, реализующие стратегии информирования о прошедших и будущих событиях, преобладают, что соответствует рубрике «Новости» в тематическом, стилевом отношении.

Описываемая часть портала оформлена так же, как новостные ленты виртуальных порталов массмедиа, для которых типичным является графическое, стилистическое, тематическое, семантическое выделение заголовков контента, наличие небольшой фотографии (общего или частного типа), лида, передающего основной смысл текста. Все средства нацелены на привлечение внимания читателя вербальными средствами, информирование. Визуальные компоненты имеют вспомогательный характер. Адресат обозначен не во всех текстах данного контента. Там, где он есть, означен катойконимом *омичи*, описательными номинативами: *жители Советского округа, владельцы зданий*. В заголовках и текстах новостной ленты актуализированы концепты «зима», «ЖКХ», «дом», «транспорт», «спорт», «культура», «безопасность, пожар», «дороги».

Заключительным компонентом интерфейса портала является поликодовый компонент. Одна его половина окрашена в насыщенный голубой цвет, на фоне которого шрифтом разного размера черного цвета выполнен призыв-приказ написать о проблеме (*Не убран мусор, яма на дороге, не горит фонарь? Столкнулись с проблемой – сообщите о ней!*) и содержится кнопка «Написать о проблеме». Вторая половина – разноцветный рисунок, изображающий мальчиков, играющих в футбол, и женщины, везущей ребенка в корзине велосипеда. Вероятно, цветовое решение и изображение именно таких субъектов на фоне приятной городской среды призваны по принципу контраста показать адресату беспроblemное комфортное существование, усилить желание сообщить о проблемах.

Заключение

Коммуникативно-деятельностный подход к негомогенному тексту институционального типа – официальному portalу Администрации города Омска показал разнообразие средств коммуникации (визуальных и вербальных) при общей односторонности коммуникации, что типично для виртуальных объектов такого уровня.

Коллективный адресант передан в наименовании портала через указание на принадлежность (portal Администрации г. Омска), что соответствует правовым нормам институционального дискурса такого типа. Категория адресанта конкретизируется на фактитивном уровне в части портала «Администрация», где есть персональная страница мэра, описан аппарат Мэра, правовые основания его деятельности, структура, направления деятельности и пр.

Коммуникация адресанта в большинстве случаев ориентирована на регионально ограниченного коллективного адресата – жителей г. Омска (омичей). Реже адресат ограничен территориально (жи-

тели Центрального, Первомайского, Советского и пр. округов), возрастом (мальчики и девочки 2011–2013 года рождения и старше, воспитанники детских садов, дети, школьники, ребята), социальной группой (педагоги и учителя, семья, родители, социальные работники, работники транспорта и пр.).

Категория адресата выражена косвенными средствами – наименованиями возрастных, социальных, гендерных и иных групп и их представителей в заголовочных частях контента и внутри текстов, его заполняющих. Специальные обращения к неопределенному адресату единичны, ограничены призывами соблюдать пожарную безопасность, сообщить о проблемах городской среды, выразить мнение о деятельности муниципалитета в сфере ЖКХ, ремонта дорог и организации транспортного обслуживания. «Голос адресата» проявлен в разделе общественного голосования на портале Госуслуг «Мой выбор, Мое будущее».

Простая структура горизонтально-вертикальных связей навигационного каркаса портала, принцип «дублирования» составных частей контента в заголовочной и футерной частях направляют внимание адресата на нужные ему гиперссылки, обеспечивая комфортность и утилитарность восприятия. При этом заголовки этих гиперссылок не позволяют обнаружить воздействующие (эмотивные, экспрессивные, эстетические) стратегии, которые есть в некоторых частях контента. Последние реализуются с помощью разнообразной статической и динамической инфографики, обнаруживаются только после открытия гиперссылки.

Ведущими средствами поликодовой, полимодальной, мультимодальной реализации стратегии информирования являются тематический, логический, сюжетно-композиционный уровни контента портала в целом, текстов его частей. Номинации гиперссылок и лиды текстов, содержащихся в них, в совокупности с фотографиями, сопровождающи-

ми ссылки, выполняют функции привлечения внимание читателя, информирования.

В сложном мультимодальном виртуальном объекте – официальном портале Администрации города Омска – имеется многоплановая система регулятивов. Среди них выделяются: эксплицитные визуальные (горизонтальные) регулятивы, привлекающие и локализирующие внимание адресата с помощью цвета, размера, расположения в пространстве интерфейса портала, создающие контраст, актуализирующие определенную тему, проблему, информацию или дополняющие ее; визуальные вертикальные регулятивы, связанные с призывами к конкретным действиям; визуальные скрытые регулятивы (фотографии, инфографика – фоторепортаж, фотоотчет, фоторассказ, фотоэкскурсия, выполняющие функции воздействия на эмоциональную и эстетическую сферы перцепции адресата; диаграммы, графики, рисунки, таблицы, выполняющие функции концентрации большого объема информации, иллюстрирования, упрощения восприятия). Существование данных регулятивов обнаруживается только после открытия гиперссылок. Выявлены также эксплицитные вербальные горизонтальные и вертикальные регулятивы, номинирующие разделы контента, гиперссылки и т. п., передающие преимущественно информацию лексическими, стилистическими элементами (сочетание нейтральной, специальной и разговорной лексики), цифровыми, графическими средствами (шрифт, подчеркивания, выделение цветом). Их цель – «якорение» внимания адресата (*Омские КТОСы контролируют уборку снега во дворах; Омичей приглашают к участию в конкурсе на лучшую кормушку для птиц; Мэр Омска Сергей Шелест поручил дорожникам ускорить процесс по вывозу снега*). Имеются и полимодальные регулятивы (видео о профессиональной деятельности работников Администрации города, мэра, городских коммунальных служб).

Список источников

1. Болотнов А. В. Текстовая деятельность как отражение коммуникативного и когнитивного стилей информационно-медийной языковой личности. Томск, 2015. 403 с.
2. Болотнова Н. С. Художественный текст в коммуникативном аспекте и комплексный анализ единиц лексического уровня / под ред. С. В. Сыпченко. Томск, 1992. 309 с.
3. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учеб. пособие. Томск, 2006. 520 с.
4. Болотнова Н. С. Коммуникативная стилистика текста: словарь-гезаурус. Томск, 2008. 384 с.
5. Болотнова Н. С. Категория диалогичности медиатекста как отражение идиостиля автора // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 2: Языкознание. 2021. Т. 20, № 2. С. 7–14. doi: 10.15688/jvolsu2.2021.2.2
6. Болотнова Н. С. Концепция эмотивности В. И. Шаховского в контексте исследований по коммуникативной стилистике текста // Известия ВГПУ. Филологические науки. 2022. С. 197–202.
7. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006. 321 с.
8. Бутакова Л. О. Когнитивная природа восприятия полимодального текста и его психолингвистическое моделирование (на материале рецепции русских и американских мультсериалов) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 4. С. 21–32.
9. Бутакова Л. О., Козловская Е. А. Воздействующий потенциал и особенности восприятия рекламы детских товаров как части дискурсивного пространства для детей и взрослых // Наука о человеке. 2017. № 1 (27). С. 71–81.

10. Гуц Е. Н., Леонтьева О. А. Восприятие школьниками текстов популярных песен. Теория и практика языковой коммуникации: материалы IX Международной научно-метод. конф. / под ред. Т. М. Рогожниковой. Уфа: РИК УГАТАУ, 2017. С. 63–69.
11. Ключев Ю. В. Дискурс в массовой коммуникации (междисциплинарные характеристики, концепции, подходы) // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2013. № 1. С. 207–217.
12. Лукашевич Е. В. Перспективы коммуникативного взаимодействия органов государственной власти Алтайского края с населением (на материале официальных сайтов) // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2014. № 1. С. 91–95.
13. Лукашевич Е. В. Социопсихолингвистический анализ власти Алтайского края. Эффективные модели взаимодействия органов государственной власти и населения в Интернете: сб. науч. ст. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2012. С. 86–119.
14. Коммуникации органов государственной власти Алтайского края с населением: стратегии и технологии / под ред. проф. Е. В. Лукашевич. Барнаул: Концепт, 2013. 338 с.
15. Бутакова Л. О. и др. Сайт Пенсионного фонда РФ в аспекте виртуального общения государства с людьми пожилого возраста. Государство – общество – личность: способы речевого взаимодействия / под ред. Л. О. Бутаковой и Н. В. Орловой. Омск: ОмПГУ, 2019. С. 33–59.
16. Лукашевич Е. В. Технологии воздействия и взаимодействия в региональном политическом дискурсе // Филология и человек. 2011. № 4. С. 58–70.
17. Явинская Ю. В. Эмотивная и конативная функции сообщений сайтов органов власти // Современные исследования социальных проблем. Modern Research of Social Problems. 2013. № 9 (29). С. 1–22. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotivnaya-i-konativnaya-funktsii-soobscheniy-saytov-organov-vlasti> (дата обращения: 12.01.2023).
18. Сербиновский Б. Ю., Марсуверский А. В. Анализ сайтов администраций субъектов Ростовской области // Вестник науки и образования Северо-Запада России. 2016. Т. 2, № 3. С. 1–10.
19. Юань Минцинь. Реконтекстуализация новостной информации в веб-порталах: типы структурных модификаций // Вестник Московского гос. лингвист. ун-та. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 6 (861). С. 31–39. doi: 10.52070/2542-2197_2022_6_861_31
20. Лушинская О. В. Современные конвергентные средства массовой коммуникации: специфика структуры и содержания (на примере портала zviazda.by) // Труды БГТУ. 2020. Серия 4. № 2. С. 71–78.
21. Лушинская О. В. Структурно-организационные и содержательные характеристики медийного дискурса на примере веб-сайта «THE GUARDIAN» // Филология и человек. 2021. № 3. С. 148–172. doi: 10.14258/filichel(2021)3-13
22. Ганчарик Л. Анализ архитектуры информационных сайтов органов государственного управления // Наука и инновации. № 2 (204). Февраль 2020. С. 44–47. URL: <http://innosfera.by/files/2020/2.pdf> (дата обращения: 11.01.2023).
23. Беляев А. А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта // Медиаскоп. 2009. Вып. 2. URL: <https://www.mediascope.ru> (дата обращения: 11.01.2023).

References

1. Bolotnov A. V. *Tekstovaya deyatel'nost' kak otrazheniye kommunikativnogo i kognitivnogo stiley informatsionno-mediynoy yazykovoy lichnosti* [Text activity as a reflection of the communicative and cognitive styles of an information-media linguistic personality]. Tomsk, 2015. 403 p. (in Russian).
2. Bolotnova N. S. *Khudozhestvennyy tekst v kommunikativnom aspekte i kompleksnyy analiz yedinit lekshicheskogo urovnya*. Pod redaktsiyey S. V. Sypchenko [Literary text in the communicative aspect and complex analysis of units of the lexical level. Ed. S. V. Sypchenko]. Tomsk, 1992 (in Russian).
3. Bolotnova N. S. *Filologicheskyy analiz teksta: uchebnoye posobiye* [Philological analysis of the text: textbook allowance]. Tomsk, 2006. 520 p. (in Russian).
4. Bolotnova N. S. *Kommunikativnaya stilistika teksta: slovar'-tezaurus* [Communicative style of the text: dictionary-thesaurus]. Tomsk, 2008. 384 p. (in Russian).
5. Bolotnova N. S. *Kategoriya dialogichnosti mediateksta kak otrazheniye idiostilya avtora* [The Category of Dialogic Media Text as a Reflection of the Author's Idiostyle]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie – Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2021, vol. 20, no. 2, pp. 7–14 (in Russian). doi: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.2>
6. Bolotnova N. S. *Kontseptsiya emotivnosti V. I. Shakhovskogo v kontekste issledovaniy po kommunikativnoy stilistike teksta* [Shakhovskiy in the context of research on the communicative style of the text]. *Izvestiya VGPU. Filologicheskkiye nauki – Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2022, pp. 197–202 (in Russian).
7. Sonin A. G. *Modelirovaniye mekhanizmov ponimaniya polikodovykh tekstov. Dis. ... dokt. filol. nayk* [Modeling of the mechanisms of understanding of polycode texts. Diss. ... doct. philol. sci.]. Moscow, 2006. 321 p. (in Russian).
8. Butakova L. O. *Kognitivnaya priroda vospriyatiya polimodal'nogo teksta i yego psikholingvisticheskoye modelirovaniye* (na materiale retseptsiy russkikh i amerikanskikh mul'tserialov) [The cognitive nature of the perception of the polymodal text and its psycholinguistic modeling (on the basis of the reception of Russian and American animated series)]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*, 2016, no. 4, pp. 21–32 (in Russian). doi: 10.20916/1812-3228-2016-4-21-32
9. Butakova L. O., Kozlovskaya Ye. A. *Vozdeystviyushchiy potentsial i osobennosti vospriyatiya reklamy detskikh tovarov kak chasti diskursivnogo prostranstva dlya detey i vzroslykh* [Influencing potential and especially perception of advertising of chil-

- dren's goods as part of the discursive space for children and adults]. *Nauka o cheloveke – The Science of Person: Humanitarian researches*, 2017, no.1 (27), pp. 71–81 (in Russian). doi: 10.20916/1812-3228-2016-4-21-32
10. Guts Ye. N., Leontyeva O. A. Vospriyatiye shkol'nikami tekstov populyarnykh pesen [Perception of schoolchildren texts of popular songs]. *Teoriya i praktika yazykovoy kommunikatsii* [Theory and practice of language communication]. Materialy IX Mezhdunarodnoy nauchno-metodicheskoy konferentsii [Materials of the IX International Scientific and Methodological Conference]. Ufa, RIK USATU Publ., 2017. 316 p. Pp. 63–69 (in Russian).
 11. Klyuyev Yu. V. Diskurs v massovoy kommunikatsii (mezhdistsiplinarnyye kharakteristiki, kontseptsii, podkhody) [Discourse in mass communication (interdisciplinary characteristics, concepts, approaches)]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo un-ta. Seriya 9: Filologiya. Vostokovedeniye. Zhurnalistika – Bulletin of St. Petersburg University. Philology. Oriental studies. Journalism*, 2013, no. 1, pp. 207–217 (in Russian).
 12. Lukashevich Ye. V. Perspektivy kommunikativnogo vzaimodeystviya organov gosudarstvennoy vlasti Altayskogo kraya s naseleniyem (na materiale ofitsial'nykh saytov) [Prospects for communicative interaction between the public authorities of the Altai Territory and the population (based on official websites)]. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava*, 2014, no. 1, pp. 91–95 (in Russian).
 13. Lukashevich Ye. V. Sotsiopsikholingvisticheskiy analiz vlasti Altayskogo kraya [Sociopsycholinguistic analysis of the power of the Altai Territory]. *Effektivnyye modeli vzaimodeystviya organov gosudarstvennoy vlasti i naseleniya v Internete: sbornik nauchnykh statey* [Effective models of interaction between public authorities and the population on the Internet: collection of scientific articles]. Barnaul, Alt. university Publ., 2012. Pp. 86–119 (in Russian).
 14. *Kommunikatsii organov gosudarstvennoy vlasti Altayskogo kraya s naseleniyem: strategii i tekhnologii*. Pod redaktsiyey profesora Ye. V. Lukashevich [Communications of public authorities of the Altai Territory with the population: strategies and technologies. Ed prof. Ye. V. Lukashevich]. Barnaul, Kontsept Publ., 2013. 338 p. (in Russian).
 15. Butakova L. O., et al. Sayt Pensionnogo fonda RF v aspekte virtual'nogo obshcheniya gosudarstva s lyud'mi pozhilogo vozrasta [Website of the Pension Fund of the Russian Federation in the aspect of virtual communication between the state and the elderly]. *Gosudarstvo – obshchestvo – lichnost': sposoby rechevogo vzaimodeystviya*. Pod redaktsiyey L. O. Butakovoy i N. V. Orlovoy [State – Society – Personality: Ways of Speech Interaction. Eds L.O. Butakova i N. V. Orlova]. Omsk, OmPGU Publ., 2019. Pp. 33–59 (in Russian).
 16. Lukashevich Ye. V. Tekhnologii vozdeystviya i vzaimodeystviya v regional'nom politicheskom diskurse [Technologies of influence and interaction in the regional political discourse]. *Filologiya i chelovek*, 2011, no. 4, pp. 58–70 (in Russian).
 17. Yavinskaya Yu. V. Emotivnaya i konativnaya funktsii soobscheniy saytov organov vlasti [Emotive and conative functions of government site messages]. *Sovremennyye issledovaniya sotsial'nykh problem – Modern Research of Social Problems*, 2013, no. 9 (29), pp. 1–22 (in Russian). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotivnaya-i-konativnaya-funktsii-soobscheniy-saytov-organov-vlasti> (accessed 12 January 2023).
 18. Serbinovskiy B. Yu., Marsuverskiy A. V. Analiz saytov administratsiy sub'yektov Rostovskoy oblasti [Analysis of the websites of the administrations of the subjects of the Rostov region]. *Vestnik nauki i obrazovaniya Severo-Zapada Rossii – Journal of Science and Education of North-West Russia*, 2016, vol. 2, no. 3, pp. 1–10 (in Russian).
 19. Yuan' Mintsin. Rekontekstualizatsiya novostnoy informatsii v veb-portalakh: tipy strukturnykh modifikatsiy [Recontextualization of news information in web portals: types of structural modifications]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki – Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2022, vyp. 6 (861), pp. 31–39 (in Russian). doi: 10.52070/2542-2197_2022_6_861_31
 20. Lushchinskaya O. V. Sovremennyye konvergentnyye sredstva massovoy kommunikatsii: spetsifika struktury i sodержaniya (na primere portala Zvezda.ru) [Modern convergent mass media: the specifics of the structure and content (on the example of the zvezda.ru portal)]. *Trudy BGTU – Proceedings of BSTU*, 2020, vol. 4, no. 2, pp. 71–78 (in Russian).
 21. Lushchinskaya O. V. Strukturno-organizatsionnyye i sodержatel'nyye kharakteristiki mediynogo diskursa na primere veb-sayta «THE GUARDIAN» [Structural, organizational and content characteristics of media discourse on the example of the website «THE GUARDIAN»]. *Filologiya i chelovek*, 2021, no. 3, pp. 148–172 (in Russian). doi 10.14258/filichel(2021)3-13
 22. Gancharik L. Analiz arkhitektury informatsionnykh saytov organov gosudarstvennogo upravleniya [Analysis of the architecture of information sites of government bodies]. *Nauka i innovatsii*, 2020, no. 2 (204), pp. 44–47 (in Russian). URL <http://innosfera.by/files/2020/2.pdf> (accessed 11 January 2023).
 23. Belyayev A. A. Navigatsiya kak klyuchevoyy komponent vizual'noy organizatsii veb-sayta [Navigation as a key component of the visual organization of a website]. *Mediascope*, 2009, vol. 2 (in Russian). URL: <http://www.mediascope.ru> (accessed 11 January 2023).

Информация об авторах

Бутакова Л. О., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, литературы и документных коммуникаций, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (пр. Мира, 55а, Омск, Россия, 644077).

Information about the authors

Butakova L. O., Doctor of Philological Sciences, Professor, professor of the Department of Russian Language, Literature and Document Communications, Omsk Dostoevsky State University (pr. Mira, 55a, Omsk, Russian Federation, 644077).

Статья поступила в редакцию 30.01.2023; принята к публикации 17.03.2023

The article was submitted 30.01.2023; accepted for publication 17.03.2023