

УДК 811.161.1

DOI: 10.23951/1609-624X-2018-4-17-25

ДИСКУРСИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО САЙТОВ СПОРТИВНЫХ КОМАНД В КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНОМ АСПЕКТЕ*

Л. О. Бутакова, В. М. Учакина

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Омск

На материале содержания сайтов трех спортивных школ для детей и юношества описано дискурсивное интернет-пространство, выявлены их коммуникативные, структурные, когнитивные особенности. В ходе исследования обращалось внимание на ведущие стратегии и тактики передачи информации, средства воздействия на адресата, ориентацию на разные возрастные группы. Установлено следующее: сайты являются политекстовыми пространствами поликодового типа, их контент представляет школы как этапы в обучении, спортивном совершенствовании ребенка, постепенном перемещении в спортивные команды; коммуникативная организация сайтов комплексна, совмещает стратегии информирования, самопрезентации, поддержания контактов с родителями, детьми, тренерами, работниками команд, воздействия через убеждение, создания мотивации к занятиям спортом и обучению в конкретной школе, эмоцию; когнитивные составы сайтов не совпадают; уровень институциональности разных.

Ключевые слова: дискурс, дискурс-анализ, сайт, контент сайта, поликодовый текст, полимодальный текст, концепт, коммуникативные стратегии.

Современные незрелые носители русского языка с раннего возраста без труда существуют в виртуальных речевых пространствах, общаясь друг с другом и с лавиной информации разного объема, типа, назначения. Поиск информации, развлекательных фильмов, мультсериалов в Интернете – обыденное занятие для большинства представителей разных возрастных групп дошкольников и школьников. Между тем не до конца очевидно, какие типы информации, представленной в каком формате, наиболее важны для детей, что из окружающей коммуникативной среды оказывается предпочтительным, какие структуры сознания формируются разными видами дискурсивных практик, в каком виде в языковом сознании детей представлен ядерный набор традиционных и новых ценностей и ключевых смыслов, какое влияние оказывает среда в виде ценностных установок и амбиций родителей, учителей, администрации школ, каковы роль и функции рекламы, предложений фирм по организации детского досуга и развития и пр.

В рамках исследовательского проекта, посвященного детству в дискурсивном пространстве региона, решалась междисциплинарная проблема влияния коммуникативной среды на языковую личность в возрасте от 5 до 14 лет, в том числе устанавливалось то, какая информация и какие ценности транслируются и воспринимаются в контакте с дискурсивной средой места проживания (в первую очередь городской), каково смысловое пространство наиболее популярных в детской и подростковой

среде порталов, сайтов и т. п. На основе экспериментов было описано восприятие взрослыми и детьми русских и американских мультсериалов [1, с. 21–32], рекламы детских товаров и продуктов питания [2, с. 71–81], современных популярных песен [3, с. 63–69], компьютерного дискурса [4, с. 53–59]. Проект продолжает исследования омских лингвистов [5; 6; 7, с. 128–130; 8, с. 482–487; 9, с. 101–110; 10, с. 17–19; 11, с. 17–19].

Сказанное определяет *актуальность* исследования, которая также обусловлена ограниченностью представлений лингвистов о современных коммуникациях, направленных на ребенка и проходящих с его участием, необходимостью диагностики процессов, влияющих на формирование его картины мира.

В дискурсивной среде, окружающей ребенка, определенное место занимают веб-коммуникации институционального типа – сайты образовательных учреждений общего и спортивного профиля, известных спортивных команд. К анализу контента указанных сайтов применялся дискурс-анализ. Последний интерпретировался как анализ текстов в широком понимании термина (относительно цельное, связанное речевое произведение, состоящее не только из вербальных, но и иных компонентов) [12, 13]. Анализ каждого вербального и невербального компонентов давал возможность составить представление о контекстах, в которые данный текст «погружен» (Н. Д. Арутюнова) [14, с. 136–137]. В первую очередь это касалось целеполага-

* Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ 15-04-00325а «Детство в дискурсивном пространстве региона: комплексный анализ институциональных и персональных коммуникаций с участием ребенка».

ния говорящего и способов воздействия на адресата [15, с. 38–39], социокультурного контекста (современных ценностей, норм поведения, престижности) [16]; прагматического контекста (ситуации текстопорождения) [17]. Дискурс-анализ сайтов включал лингвопрагматический анализ текстов (определение типа сайта, преобладающих интенций его компонентов, жанров, средств их выражения, а также средств передачи автора и адресата), структурный анализ (состав интерфейса, тематическое распределение текстов в рубриках, соотношение вербальных и невербальных компонентов), семантический анализ (базовые концепты и доминантные смыслы текстов, способы их репрезентации в ходе смыслового развертывания [18], лингвоаксиологический анализ (характер оценок по шкале «хорошо»/«плохо»).

Цель данной статьи – проанализировать дискурсивные, коммуникативные, когнитивные, структурные особенности сайтов спортивных команд и спортивных школ, обратив внимание на ведущие стратегии и тактики передачи информации, средства воздействия на адресата, ориентацию на разные возрастные группы.

Мы исходили из того, что дискурсивное пространство Интернета содержит институциональные и персональные коммуникативные форматы, направленные в первую очередь на взрослого пользователя. Неотъемлемой его частью являются сайты медийных изданий, организаций, предприятий, фирм, госструктур, образовательных учреждений и пр. Разная функциональная направленность субъектов сайта определяет главную стратегию формирования их контента, ведущие и вспомогательные коммуникативные стратегии. Последние связаны с достижением генеральной цели и решением ситуативных задач. В современной лингвистике цели личности в интернет-коммуникации классифицируются следующим образом: обмен информацией; создание и поддержание контактов; повышение личного рейтинга; развлечение [19, с. 138–141]. Не случайно, специалисты в области сайтостроения подчеркивают представительскую функцию веб-сайтов как в индивидуально-личностном, так и корпоративном отношении. Коллективный субъект интернет-коммуникации реализует практически те же цели, что и конкретная личность. Коммуникация с помощью сайта отвечает параметрам обмена информацией, самопрезентации, поддержания контактов с партнерами и работниками, создания и продвижения своей продукции (объем, качество, способ подачи информации, формы самопрезентации, способы поддержания контактов зависят от характера коллективного субъекта, типа сайта, технических возможностей, институциональной и/или личностной направленности коммуникации и пр.). Не меньшую роль играет тип сайта.

Среди специалистов по созданию сайтов последние делятся на две большие группы: навигационные (поисковые системы, тематические сайты, каталоги) и конечные (информационные сайты, торговые системы, порталы и корпоративные сайты). Возможно дальнейшее деление каждой группы на подгруппы по разным параметрам, среди которых немаловажную роль играет представление информации, объем, категории решаемых задач. Такой параметр обуславливает выделение следующих типов веб-ресурсов (перечислим только те, которые имеют отношение к обсуждаемым далее типам сайтов): интернет-представительства владельцев бизнеса; сайт-визитка (общие данные о владельце сайта (организация или индивидуальный предприниматель), вид деятельности, история, прайс-лист, контактные данные, реквизиты, схема проезда); представительский сайт (сайт-визитка с расширенной функциональностью); корпоративный сайт [20].

С точки зрения передачи и восприятия содержания сайты, являющие собой мультимедийный текстовый феномен (такой тип текста, «доступ к гетерогенным составляющим которого регулируется компьютерной программой, изменяющей текст в зависимости от выбранной субъектом стратегии его чтения» [21, с. 22]), можно разделить на монокодовые, поликодовые, полимодальные в зависимости от параметра «тип контента» (о разграничении см. [21, с. 21]). Контенты сайтов поликодового профиля совмещают тексты, фото, изображения, их содержание статично. Полимодальные речевые произведения воспринимаются «благодаря одновременной работе двух или нескольких перцептивных (сенсорных) модальностей», гибко сочетают широкий спектр гетерогенных компонентов [21, с. 22]. Такие контенты отличаются динамичностью, содержат статьи, тексты, видео, аудио, музыку, фото, изображения, рекламные ролики. Указанные типы сайтов (по целям, информации, коммуникативным стратегиям, характеру контента), как правило, не встречаются в «чистом» виде. Причина такой функциональной и содержательной смешанности – в характере, сфере деятельности коллективных субъектов, цели информирования, юридическом статусе и т. д.

Разные виды сайтов в тех или иных комбинациях существуют в интернет-среде крупных городов, в том числе виртуальном пространстве г. Омска. В нем сочетаются информирующие, рекламные, воздействующие, развлекательные стратегии, выраженные в медийных, торговых, рекламных, корпоративных, институциональных и личностных сайтах и порталах, имеющих утилитарную направленность контентов. Определенное место занимают сайты спортивных команд и спортшкол, сориентированные на взрослых и детей.

По типу контента сайты спортивного клуба и школы «Авангард», школы олимпийского резерва «Динамо», футбольной школы «Юниор» (Омск) являются конечными, совмещают черты информационного и корпоративного профиля (содержат полную информацию о команде, спортивной школе, услугах, событиях в жизни команды и школы, включают различные функциональные инструменты для работы с контентом – поиск с указанием точного адреса, схемы проезда, календарь событий, фотогалереи, корпоративные блоги, способы обратной связи).

Анализ дискурсивного пространства сайтов спортивных команд, спортивных школ в сегменте, ориентированном на детей, выявил следующее.

В *прагматическом* аспекте заметна воздействующая направленность на адресата-взрослого (родителей), лишь номинально такие тексты являются «детскими», потому что решение о покупке/участии принимает взрослый человек. *Интенциональная* составляющая соответствует семантической формуле «Хочешь...?», нацелена на обращение к основному детскому «рефлексу». «Хочешь стать кем-то, хочешь делать что-то, хочешь достичь чего-то» – такие формульные части текстов представляют на коммуникативном уровне максимальное сокращение дистанции (Ты-коммуникация, прямое обращение к потенциальному адресату), на смысловом – обращение к глубинной части детского сознания – желаниям, ценностным гендерным концептам.

В *структурном* отношении политекстовое пространство сайта омской хоккейной школы «Авангард» (запущен в 2016 году, <http://school.hawk.ru/>), принадлежащей омскому хоккейному клубу «Авангард», является хорошо продуманным в обращении ко всем категориям пользователей, в том числе не-взрослым – детям разного школьного возраста.

Хоккейный клуб реализует построение «вертикали» в своей системе: хоккейная школа – молодежная команда – старшая команда, стратегически выраженной в структуре как «взрослой», так и «детской» частей сайта. Ребенка убеждают в том, что можно пройти все этапы и выйти на лед в составе юношеской и/или взрослой команды «Авангард». Главная смысловая стратегия призвана сформировать в сознании родителей и детей сильную мотивацию к занятиям хоккеем именно в школе «Авангард». Она реализуется на *когнитивном* уровне текстового пространства сайта с помощью набора средств. Вербальные и авербальные компоненты актуализируют взаимосвязанные концепты «успех», «спорт», «хоккей», «команда», «возможности» (на первой странице – в заголовке «Воспитываем настоящих хоккеистов», начальных частях текста – *Хоккей не только делает из мальчика*

мужчину и укрепляет здоровье. Хоккей дает гораздо больше: он помогает ребенку почувствовать ценность настоящей дружбы... И только стоя плечом к плечу со своими друзьями, ты сможешь добиться победы). Лексические и синтаксические повторы, использование семантически близких лексем (*друзья, товарищи, команда; мальчик, мужчина; победа, успех*) выражают субъективные смыслы «ценность хоккея для здоровья, ценность дружбы, путь к успеху как командное достижение, победа». Семантический уровень текста представляет гендерную схему «мальчик → хоккей, спорт + настоящая дружба + команда + усилия всех + победа = мужчина), связанную с концептами «мужчина», «дружба», «хоккей», «команда», «успех». Воздействующую направленность текста реализуют повторы, «Мы-коммуникация», следующие друг за другом формульные высказывания с отрицанием-ограничением и дефиниционным обобщением: *Хоккей для нас – это не просто спорт. Хоккей – это школа жизни*; крупная фотография одного из нападающих команды 2003 года в форме хоккейной школы.

Кроме доминантных, актуализирован концепт «лучшие»/«звезда» (см. раздел «Лучшее для лучших»). Структурный принцип подачи информации и выражения оценки тот же: доминантный субъективный смысл актуализирован в заголовке с помощью «удвоенной» семантической формулы, с помощью «Мы-коммуникации» и генерализующего формульного высказывания репрезентированы взаимосвязанные оценочные и фактивные смыслы, отсылающие к концептам «свой»/«семья», «профессиональный рост», «школа, большая семья, хоккейный клуб, лидеры, лучшие условия для воспитанников, подготовка профессионалов, команда взрослых, успех»: *Наша школа – часть большой семьи под названием хоккейный клуб «Авангард». Мы... даем нашим воспитанникам лучшие условия для подготовки. Наша главная задача – подготовка профессиональных игроков для основы главной команды ... шанс стать звездой есть у каждого!*

Отзывы юных и взрослых хоккеистов, фотографии воспитанников омской хоккейной школы призваны «достроить» общую стратегию визуально и вербально, показать непосредственных участников процесса, убедить, что все декларируемое реально, персонифицировано. В разделе отзывов хоккеистов применен тот же принцип актуализации коммуникативных и когнитивных стратегий: заголовок задает смысловую доминанту («Больше, чем школа»), дальнейшее развитие текста реализует смысл «хоккейная школа как школа жизни, самостоятельное принятие решений, ответственность в любых ситуациях» на вербальном уровне с помощью «Я-коммуникации» и базовых лексем, на

авербальном – с помощью фотографии говорящего в форме хоккейной школы (см. портрет и слова Никиты Ботева, вратаря «Авангарда»-2000).

На параметр «учет адресата» работает структура интерфейса, создающего максимально комфортные условия контакта родителей и клуба: адрес школьного сайта находится в одной «линейке» с сайтами старшей команды (<http://hawk.ru/>) и молодежной команды (<http://mhl.hawk.ru/>), чтобы его без проблем можно было обнаружить в поисковике. Адрес официального сайта, указание на возможность бесплатного обучения для лучших, финансирование компанией «Газпромнефть», наличие тех же условий тренировок для юных спортсменов, что и для взрослых, являются продуманными приемами, рассчитанными на ценностные компоненты сознания взрослых. Особенности детского восприятия учтены в визуальном компоненте сайта – наличии фотографий юных и взрослых игроков – бывших воспитанников школы, панорамы фотографий, отражающих игровые и тренировочные моменты с эмоциональными надписями, выдержанности оформления в общем стиле хоккейного клуба без лишних деталей, чтобы не создавать трудности невзрослому пользователю.

На возбуждение познавательной активности ребенка рассчитан раздел «Продолжим знакомство», в котором есть части, открывающиеся по гиперссылкам, коммуникативно оформленные с помощью прямых обращений к адресату – ребенку и взрослому на «Ты» и «Вы»: «Узнай, как устроена школа, кто в ней работает и ее достижения», «Готовы к нам приехать? Запишитесь на экскурсию, чтобы посмотреть, как проходят тренировки».

Использование современных видов коммуникации (аккаунт школы в сети Instagram, электронное расписание и т. д.), наличие подробной информации про тренеров, навигация, стиль и язык текстов – все это позволяет отнести сайт омской хоккейной школы «Авангард» к взрослому и детскому дискурсивному пространству, направленному на взаимодействие с родителями и детьми.

Сходные тенденции ориентации содержания и формы на родителей и детей реализованы в контенте сайта футбольной школы для детей «Юниор» – Омск (<http://fsjunior.com/?name=Omsk>). Сайт содержит динамическую визуальную часть контента, представленную в виде видео, отражающего ведущие моменты тренировок, игр и пр.

Коммуникативно-прагматические особенности сайта: акцентирование сетевого характера, широта распространения школы (многие города России), обращение в первую очередь к адресату-родителю (прямая Вы-коммуникация, фиксирующая состояние поиска родителей и предоставление им помощи в выборе), фактитивная информативность (ин-

формация о возрасте, с которого принимают детей, характере занятий нагрузках), рекламная стратегия (акцентированы уникальность методик, необходимость физического развития и здорового общения с самого раннего возраста, направленность на пробуждение у детей подлинного интереса к занятиям и активного интереса к ним).

В *структуре интерфейса* на первой странице поверх визуального динамического компонента расположен вербальный, актуализирующий доминантный смысл необходимости раннего физического развития и общения. Форма выражения – рекламный текст, построенный по принципу «актуальная информация, слоган, коммерческое предложение»: «Футбольная школа для детей от трех лет. Физическое развитие и здоровое общение с самого раннего возраста. Записаться на бесплатное занятие».

Коммуникативная составляющая первой страницы представляет собой прямое «Вы-обращение» к родителям, в котором сочетаются стратегии убеждения и побуждения: *Ищете, в какую секцию отдать вашего ребенка? Футбол – это самый подходящий для дошкольного возраста вид спорта.* В вербальной форме актуализируются смыслы «оптимальность футбола для детей дошкольного возраста», «наличие в данной школе специальных методик для развития мотивации и интереса у детей к занятиям». Авербальный компонент данной части первой страницы сайта достаточно прост: фотография мальчика в форме школы с мячом.

Смысл значительного веса данной школы в мире передан на первой странице с помощью динамического визуального компонента – интерактивной карты мира, содержащей отметки городов, в которых есть отделения школы, и оценочного вербального компонента: «Юниор» – одна из крупнейших сетей футбольных школ в Мире». Под картой находится графический компонент, выделенный крупным жирным шрифтом, содержащий статистику о количестве городов, детей и отделений школ в мире. Завершает поликодовую композицию «МЫ-высказывание», актуализирующее оценочные и ценностные смыслы «достижения», «гордость»: *Мы достигли больших результатов, и нам есть чем гордиться.*

Ведущим разделом сайта является раздел «О школе», в котором есть подразделы «Авторская методика», «Личный кабинет родителя», «Статистика достижений учеников», «Летние лагеря», «Турниры», «Просмотры в футбольных клубах», «Тренеры», «Футбольный клуб „Юниор“». Содержание сайта и данного раздела направлено на создание у адресатов-родителей на информативном, эмотивном, оценочном, ценностном уровнях представлений об осведомленности о спортивной жизни своего ребенка, заботы о нем со стороны руко-

водства, тренерского, педагогического состава клуба, высоком профессиональном уровне тренерского состава. Для этого подчеркивается уровень методик тренировочного процесса (разработаны специалистами топ-класса, постоянно повышающего свою квалификацию), показаны рейтинги тренеров по оценкам учащихся и родителей и пр., говорится о соответствии лучшим международным образцам («...методики тренировок от наших партнеров – португальского «Спортинга», шотландского «Селтика» и греческого «Олимпиакоса»), избранности (вербальная информация подкрепляется визуальной с помощью фотографий тренеров и гербов известных команд-партнеров), последовательно актуализируется концепт «топ»: «топ-тренеры → топ-методики → топ-ученики = топ-школа».

Прагматический уровень поликодового пространства сайта сетевой школы сочетает информирующие и рекламные стратегии. Актуализация последних производится каждый раз после представления новой информации, включает прямые обращения к адресату, уверения, оценку, призывы: «Приходите на бесплатное занятие. Оставьте заявку, и мы перезвоним», «Присоединяйтесь к нашей большой семье».

Информация про школу, акцентирование ее пространственного распространения, возможностей карьерного роста для учеников и тренеров, количественного состава обучающихся детей, преобладающий рекламный характер текста, краткость, сентенционность, экспрессивность стиля дают основания для вывода о направленности на взрослого адресата. На детское восприятие рассчитаны общая навигация сайта и навигация ряда его разделов, визуальный компонент, содержащий большое количество серьезных и ироничных фотографий детей разного возраста, начиная с 3–4 лет.

Сайт спортивной школы олимпийского резерва «Динамо» (Омск) в структурном отношении схож с проанализированными сайтами (<http://dynamo-school.ru/>). Его первая страница представляет визуальную часть контента также в динамике (фотографии меняются в определенной временной кратности, представляя моменты тренировок участников школы, игр, спортивно-оздоровительного лагеря «Динамо» и пр.). Статичными визуальными элементами сайта являются герб Омской области и знак школы.

В основной линейке поисковика сайта акцентируется принадлежность школы Министерству по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области, бюджетный характер, содержатся обязательные для образовательного учреждения разделы «Главная», «Новости», «Галерея», «Сведения об учреждении», «Администрация», «Тренеры» «Отделения команды», «Выпускники», «На-

бор в школу», «Безопасность учреждения», «СОЛ „Динамо»», «Партнеры», «Геральдика», «Обратная связь», «Контакты».

Названия разделов традиционны для сайта организации, отражают официальный характер спортивной школы, не рассчитаны на детскую аудиторию, зато дают возможность четкого представления о типе информации, которую можно получить в каждом из них. Кроме того, на первой странице сайта есть оригинальные разделы: «10 интересных фактов о футболе» и «С Днем рождения» (название данного раздела отличается игровым характером – буквы «д» в словах заменены символом команды «Динамо»).

Коммуникация школы олимпийского резерва отличается в основных частях контента официально-деловым характером, сориентирована на адресата – Министерство по делам молодежи, физической культуры и спорта или Рособнадзор. Например, раздел «Образование» изложен следующим образом (стиль, грамматика, пунктуация сохранены): «Форма обучения: очная; Организация и осуществление тренировочной деятельности осуществляется в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 04.12.2007 г. № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». Далее подробно излагаются программы школы (<http://dynamo-school.ru/pages/obrazovanie>).

Официальный характер отличает и раздел «Геральдика», в котором есть полимодальные компоненты – изображения герба Омской области, знака школы «Динамо» (Омск), а также слова и музыка (в виде аудиофайла) гимна Омской области и гимна школы.

Раздел «Безопасность учреждения» отсутствует в сайтах спортивных школ, проанализированных выше, но является обязательным в современном официальном образовательном дискурсе. Поэтому он есть в линейке поисковика школы, включает тексты, выполненные в РЖ «памятка» и адресованные взрослому адресату-гражданину: «ПАМЯТКА Что нужно знать о коррупции».

Несколько большим уровнем коммуникативной свободы отличается раздел «СОЛ „Динамо»», в котором передача фактивной информации о летнем оздоровительном лагере производится в официально-деловом, нейтральном и рекламном режимах коммуникации, а вербальные части контента чередуются с визуальными (фотографиями). Официальный блок фактивной информации в данной части контента расположен в самом начале, актуализирует смыслы «место расположения», «качество и безопасность территории», «возраст детей», «вместительность»: *Спортивно-оздоровительный лагерь «Динамо» расположен на второй береговой линии реки Иртыш. ...В лагере могут отды-*

хоть дети от 6 до 18 лет общей численностью до трехсот детей в смену за летний сезон. В этой же части содержатся гиперссылки с формами официальных документов для родителей и работников – «Форма заявки в спортивно-оздоровительный лагерь „Динамолец“», «Список документов, необходимых для трудоустройства в СОЛ „Динамолец“». Информативно-рекламный блок данного раздела актуализирует субъективные смыслы «эффективность», «профессионализм», «виды спортивных занятий», «спортивный инвентарь и среда»: *Спортивно-оздоровительный лагерь «Динамолец» – это эффективные футбольные тренировки под руководством профессиональных тренеров на мини-футбольном поле с искусственным покрытием... и многое другое.*

Институциональные коммуникативные стратегии в этой части контента реализованы с помощью характеристики целей педагогической работы в формате официального типа речи и репрезентации компонентов концептов «профессиональная деятельность», «досуг», «развитие», «возрастные потребности»: *Профессиональная педагогическая работа, целью которой является организация разнообразного досуга, способствует физическому и духовному развитию подрастающего поколения, удовлетворению возрастных и индивидуальных потребностей детей и развитию их способностей.* Собственно рекламная стратегия реализована на первой странице, один из динамических (меняющихся) визуальных блоков содержит объемный текст, подробно информирующий разные категории взрослого адресата о широких возможностях зимнего отдыха в спортивно-оздоровительном лагере «Динамолец», переданных в РЖ «предложение об услугах» и актуализирующих концепты «комфорт», «отдых», «развлечения»: *Для комфортного пребывания в лагере предоставляются жилые корпуса... с душевыми комнатами, банкетным залом с бытовой техникой и холлом с настольным теннисом.* Воздействующими и убеждающими компонентами в визуальном отношении являются фотографии, демонстрирующие красоту зимнего леса, отдыхающих на лыжах и санях, различные блюда и пр.; в вербальном – выделительно-генерализирующий текст, отличающийся региональным колоритом: *Лыжная трасса в хвойном бору, катание на коньках ... – самые главные составляющие настоящего сибирского отдыха.*

Данный сайт наиболее институционален по сравнению с двумя другими. Характер интерфейса, наличие в структуре поисковика официальных разделов, а в них – преобладание фактивной информации про школу, ее администрацию, тренеров, расположение в гиперссылках документов официально-делового типа, книжный тип речи, отсутст-

вие прямых обращений к адресату и средств воздействия на его эмоциональную сферу – свидетельства направленности сайта на взрослого адресата, в первую очередь официального лица (даже раздел «Выпускники» содержит обширные списки с указанием Ф.И.О., года рождения, тренеров и команды, в которой играл выпускник. На детское восприятие рассчитан только визуальный компонент, в котором динамически чередуются цветные фотографии.

Итак, анализ коммуникативных, когнитивных, структурных особенностей сайтов трех спортивных школ, каждая из которых представляет собой этап не только в обучении и спортивном совершенствовании ребенка, но и способ постепенного перемещения его в соответствующие спортивные команды, показал разный характер коммуникации, разную адресную направленность, разные способы сочетания вербальных и визуальных компонентов.

Коммуникативные стратегии сайтов отличаются комплексным характером. Информирование, самопрезентация, поддержание контактов с родителями, детьми, тренерами, работниками команд, воздействие через убеждение, создание мотивации к занятиям спортом и обучению в конкретной школе, эмоции явно выражены в сайтах первых двух школ.

Аксиологическая составляющая сайтов включает только реализацию позитивной оценки.

Сайт детской школы хоккейной команды «Авангард» отличается наиболее гибким сочетанием коммуникативных стратегий, адресован в равной степени взрослым и детям, эффективно сочетает вербальные и визуальные компоненты.

В содержании сайта футбольной школы «Юниор» (Омск) через информативные, эмотивные, оценочные стратегии актуализируется ценность спорта, занятий футболом, забота школы о своих воспитанниках и их родителях, высокий уровень профессионализма, наличие уникального методического арсенала. Воздействие на взрослого адресата (родителей, тренеров и работников команды) достигается за счет убеждения в необходимости занятий футболом с раннего возраста, информирования о карьерных возможностях, дополнительных занятиях.

По типу контента, структуре интерфейса, способу ведения коммуникации, официально-деловому характеру речевого взаимодействия сайт образовательного бюджетного учреждения «Школа олимпийского резерва „Динамо“» принадлежит к институциональному дискурсу. Его содержание нацелено в первую очередь на взрослого человека, именно поэтому в его пространстве актуализируются специфические концепты «эффективность», «профессиональная деятельность», «досуг», «раз-

витие», «возрастные потребности», стратегии формирования преобладают над рекламными и действуют. Только в его контенте присутствуют тексты официально-деловых речевых жанров.

Список литературы

1. 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. URL: <http://vcl.ralk.info/> (дата обращения: 20.11.2017).
2. 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. URL: http://journal.omg.su/files/nauka_o_cheloveke_27.pdf (дата обращения: 21.12.2017).
3. Гуц Е. Н., Леонтьева О. А. Восприятие школьниками текстов популярных песен // Теория и практика языковой коммуникации: материалы IX Междунар. науч.-метод. конф. / под ред. Т. М. Рогожниковой. Уфа: РИК УГАТАУ, 2017. С. 63–69.
4. Орлова Н. В. Дети о компьютерных коммуникациях: дискурс-анализ сочинений // Наука о человеке. 2016. № 1. С. 53–59. URL: <http://journal.omg.su/> (дата обращения: 20.11.2017).
5. Бутакова Л. О. Динамика развития языковой способности и речевой компетенции носителей русского языка: Региональное экспериментальное исследование. Омск: Вариант-Омск, 2010. 160 с.
6. Орлова Н. В. Речь школьника на уроках словесности: онтолингвистический и дискурсивный подходы. Омск: Вариант-Омск, 2010. 97 с.
7. Бутакова Л. О. Ценностные составляющие сознания как регулятор восприятия текста (на материале рецепции мультипликационных фильмов) // Деятельный ум: от гуманитарной методологии к гуманитарным практикам: материалы 18-го Междунар. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. Ч. 1: Теория речевой деятельности: практика и эксперимент. 24–26 мая 2016 г. М.: Канцлер, 2016. С. 128–130.
8. Бутакова Л. О., Гуц Е. Н. Грамматика говорящего 4.0: дискурсивное пространство детства одного региона // Сб. тезисов Междунар. науч. симпозиума «Русская грамматика 4.0» (Москва, 13–15 апреля 2016 года). М.: Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2016. С. 482–487.
9. Бутакова Л. О. Языковая способность, речевая компетенция в формате неестественной письменной речи (на материале сочинений школьников) // Вестник КемГУ. 2016. № 3. С. 101–110. URL: <http://vestnik.kemsu.ru/jour> (дата обращения 22.12.2017).
10. Бутакова Л. О., Гуц Е. Н. Возрастные особенности ассоциативной семантики // Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка: тезисы 2-й Всерос. науч. конф. 28–29 октября 2016 г. Воронеж: Истоки, 2016. С. 17–19.
11. Бутакова Л. О. Компьютер, интернет как часть современного языкового сознания русских // Жизнь языка в культуре и социуме – 6: материалы Междунар. науч. конф. 26–27 мая 2017 г. М.: Канцлер, 2017. С. 270–272.
12. Орлова Н. В. Энциклопедическая статья: три дискурса одного жанра // Жанры речи. 2015. № 2 (12). С. 63–71.
13. Болотнов А. В. Идиостиль информационно-медийной языковой личности: коммуникативно-когнитивные аспекты исследования: дис. ... д-ра филол. наук. Томск, 2016. 405 с.
14. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136–137.
15. Степанов Ю. С. Альтернативный мир. Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века: сб. ст. М.: РГГУ, 1995. С. 34–73.
16. Филлипс Л., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод: пер. с англ. 2-е изд., испр. Харьков: Гуманитарный центр, 2008. 352 с.
17. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
18. Болотнова Н. С. Методики смыслового и лингвопрагматического анализа медиатекста: учеб. пособие. Томск: Изд-во Томского ЦНТИ, 2015. 156 с.
19. Селютин А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2009. № 35 (173). Филология. Искусствоведение. Вып. 37. С. 138–141.
20. Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Web-%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82> (дата обращения: 20.12.2017).
21. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006. 321 с.

Список использованных веб-сайтов

- Хоккейная школа «Авангард». URL: <http://school.hawk.ru/> (дата обращения: 21.12.2017).
- Футбольная школа для детей «Юниор» (Омск). URL: <https://fsjunior.com/rus/ru/home/about#> (дата обращения: 22.12.2017).
- Бюджетное учреждение Омской области «Спортивная школа олимпийского резерва «Динамо». URL: <http://dynamo-school.ru/> (дата обращения 11.11.2017).

Бутакова Лариса Олеговна, доктор филологических наук, профессор, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (пр. Мира, 55а, Омск, Россия, 644077). E-mail: larisabut@rambler.ru

Учакина Валентина Михайловна, аспирант, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (пр. Мира, 55а, Омск, Россия, 644077). E-mail: gravity-07@mail.ru

Материал поступил в редакцию 01.02.2018.

DOI: 10.23951/1609-624X-2018-4-17-25

DISCOURSE SPACE OF THE SPORTS TEAMS' SITES IN COGNITIVE AND COMMUNICATIVE ASPECTS

L. O. Butakova, V. M. Uchakina

Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation

The article describes a discursive Internet space, reveals communicative, structural, cognitive features of the sites of three sports schools for children and youth. The study draws attention to the leading strategies and tactics of information transmission, means of influence on the addressee, orientation to different age groups. The authors found the following: sites are polytext polycode spaces; their contents represent sport schools as stages in training, sports development of the child, gradual moving to sports teams; the communicative organization of sites is complex, combines the following strategies - information, self-presentation, maintaining contacts with parents, children, coaches, team-workers; influence through conviction, creation of motivation for sports and training in a particular school, emotion; cognitive compositions of sites do not coincide; the level of institutionality is different. The axiological component of sites includes only the implementation of positive assessment. Cognitive composition of sites is not the same. The concepts of "success", "sport", "hockey", "team", "friendship", "opportunities", "man" are updated in the space of the first site. The cognitive composition of the second site includes the actualized concepts of "achievement", "pride", "chosenness", "modernity", "uniqueness", "top". The concept "team-family" is common for both sites. The type of content, the structure of the interface, the way of communication, the official-business nature of speech interaction, refer the third site to institutional discourse. The concepts of "efficiency", "professional activity", "leisure", "development", "age requirements" are updated in its content, informational strategies prevail over advertising and influencing. Texts of official-business speech genres are present only in its content.

Key words: *discourse, discourse analysis, site, site content, polycode text, polymodal text, concept, communicative strategies.*

References

1. Butakova L. O. Kognitivnaya priroda vospriyatiya polimodal'nogo teksta i yego psikholingvisticheskoye modelirovaniye (na materiale retseptsii 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. URL: <http://vcl.ralk.info/> (accessed 21 December 2017).
2. Butakova L. O., Kozlovskaya Ye. A. Vozdeystvuyushchiy potentsial i osobennosti vospriyatiya reklamy detskikh tovarov kak chasti diskursivnogo prostranstva dlya detey i vzroslykh [Influencing potential and especially perception of advertising of children'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. URL: http://journal.omg.su/files/nauka_o_cheloveke_27.pdf (accessed 21 December 2017).
3. Guts Ye. N., Leont'yeva O. A. Vospriyatiye shkol'nikami tekstov populyarnykh pesen [Perception of schoolchildren texts of popular songs]. *Teoriya i praktika yazykovoy kommunikatsii: materialy IX Mezhdunarodnoy nauchno-metodicheskoy konferentsii* [Theory and practice of language communication: proceedings of the IX International Scientific and Methodological Conference]. Ufa, RIK USATU Publ., 2017. Pp. 63–69 (in Russian).
4. Orlova N. V. Deti o komp'yuternykh kommunikatsiyakh: diskurs-analiz sochineniy [Children on computer communications: discourse analysis of the essays]. *Nauka o cheloveke – The Science of Person: Humanitarian Researches*, 2017, no. 1 (27), pp. 53–59. DOI 10.17238/issn1998-5320.2017.27.53. URL: <http://journal.omg.su/> (accessed 20 November 2017).
5. Butakova L. O. *Dinamika razvitiya yazykovoy sposobnosti i rechevoy kompetentsii nositeley russkogo yazyka: Regional'noye eksperimental'noye issledovaniye* [Dynamics of development of language ability and speech competence of native speakers: Regional experimental research]. Omsk, Variant-Omsk Publ., 2010. 160 p. (in Russian).
6. Orlova N. V. *Rech' shkol'nika na urokakh slovesnosti: ontolingvisticheskiy i diskursivnyy podkhody* [The speech of the schoolboy in the lessons of literature: ontolingvistic and discursive approaches]. Omsk, Variant-Omsk Publ., 2010. 97 p. (in Russian).
7. Butakova L. O. Tsenostnyye sostavlyayushchiye soznaniya kak regulyator vospriyatiya teksta (na materiale retseptsii mul'tiplikatsionnykh fil'mov) [Value components of consciousness as a regulator of the perception of the text (on the basis of the reception of animated films)]. *Deyatel'nyy um: ot gumanitarnoy metodologii k gumanitarnym praktikam: materialy 18-go Mezhdunarodnogo simpoziuma po psikholingvistike i teorii kommunikatsii. Ch. 1. Teoriya rechevoy deyatel'nosti: praktika i eksperiment. 24–26 maya 2016 g.* [Active mind: from humanitarian methodology to humanitarian practices: materials of the 18th International Symposium on Psycholinguistics and Communication Theory. Part 1. Theory of speech activity: practice and experiment]. Moscow, Kantsler Publ., 2016. Pp. 128–130 (in Russian).
8. Butakova L. O., Guts Ye. N. Grammatika govoryashchego 4.0: diskursivnoye prostranstvo detstva odnogo regiona [Grammar of the speaker 4.0: the discursive space of childhood of one region]. *Sbornik tezisov Mezhdunarodnogo nauchnogo simpoziuma «Russkaya grammatika 4.0» (Moskva, 13–15 aprelya 2016 goda)* [Proceedings of the International Scientific Symposium «Russian grammar 4.0» (Moscow, 13–15 April 2016)]. Moscow: The Pushkin State Russian Language Institute Publ., 2016. Pp. 482–487 (in Russian).

9. Butakova L. O. Yazykovaya sposobnost', rechevaya kompetentsiya v formate neyestestvennoy pis'mennoy rechi (na materiale sochineniy shkol'nikov) [Language ability, speech competence in the format of non-natural written speech (based on the materials of schoolchildren's writings)]. *Vestnik KemGU – Bulletin of KSU*, 2016, no. 3, pp. 101–110 (in Russian). DOI: <http://dx.doi.org/10.21603/2078-8975-2016-3-101-110> URL: <http://vestnik.kemsu.ru/jour> (accessed 22 December 2017).
10. Butakova L. O., Guts Ye. N. Vozrastnyye osobennosti assotsiativnoy semantiki [Age features of associative semantics]. *Znacheniyе kak fenomen aktual'nogo yazykovogo soznaniya nositelya yazyka: tezisy 2-i Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii 28–29 oktyabrya 2016 goda* [The meaning as a phenomenon of the actual language consciousness of the native speaker: theses of the 2nd All-Russian Scientific Conference. 28–29 October 2016]. Voronezh, Istoki Publ., 2016. Pp. 17–19 (in Russian).
11. Butakova L. O. Komp'yuter, internet kak chast' sovremennogo yazykovogo soznaniya russkikh [Computer, internet as a part of the modern linguistic consciousness of Russians]. *Zhizn' yazyka v kul'ture i sotsiume – 6: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii. 26–27 maya 2017* [Life of language in culture and society – 6: proceedings of the International Scientific Conference. 26–27 May 2017]. Moscow, RUDN University, Kantsler Publ., 2017. 342 p., pp. 270–272 (in Russian).
12. Orlova N. V. Entsiklopedicheskaya stat'ya: tri diskursa odnogo zhanra [Encyclopaedic article: three discourses of one genre]. *Zhanry rechi – Speech Genres*, 2015, no. 2 (12), pp. 63–71 (in Russian).
13. Bolotnov A. V. *Idiostil' informatsionno-mediynoy yazykovoy lichnosti: kommunikativno-kognitivnyye aspekty issledovaniya. Dis. dokt. filol. nauk* [The idiostyle of the information and media language personality: communicative-cognitive aspects of the research. Diss. doct. of filol. sci.]. Tomsk, 2016. 405 p. (in Russian).
14. Arutyunova N. D. Diskurs [Discourse]. *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. Moscow, 1990. 688 p., pp. 136–137 (in Russian).
15. Stepanov Yu. S. Al'ternativnyy mir. Diskurs, Fakt i printsip Prichinnosti [Alternative world. Discourse, fact and the principle of causality]. *Yazyk i nauka kontsa XX veka: sb. statey* [Language and science of the late 20th century: proceedings]. Moscow, RSUH Publ, 1995, 320 p., pp. 34–73 (in Russian).
16. Phillips L., Jorgensen M. V. *Discourse Analysis. Theory and Method*. London, Sage Publications, 2002. 352 p. (Russ. ed.: Fillips L., Yorgensen M. V. *Diskurs-analiz. Teoriya i metod*. 2-ye izd., ispr. Kharkiv, Gumanitarnyy tsentr Publ., 2008. 352 p.).
17. Makarov M. L. *Osnovy teorii diskursa* [Fundamentals of Discourse Theory]. Moscow, Gnozis Publ., 2003. 280 p. (in Russian).
18. Bolotnova N. S. *Metodiki smyslovogo i lingvopragmaticheskogo analiza mediateksta: uchebnoye posobiye* [Methods of semantic and linguopragmatic analysis of media text]. Tomsk, TSU Publ., 2015. 156 p. (in Russian).
19. Selyutin A. A. Zhanry kak forma kommunikativnogo vyrazheniya onlaynovoy lichnosti [Genres as a form of communicative expression of an online new personality]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2009, no. 35 (173). Filologiya. Iskustvovedeniye, issue 37, pp. 138–141 (in Russian).
20. *Sayt Vikipediya* [Wikipedia] (in Russian). URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Web-%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82> (accessed 20 December 2017).
21. 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).

Butakova L. O., Dostoevsky Omsk State University (pr. Mira, 55a, Omsk, Russian Federation, 644052). E-mail: larisabut@rambler.ru

Uchakina V. M., Dostoevsky Omsk State University (pr. Mira, 55a, Omsk, Russian Federation, 644052). E-mail: gravity-07@mail.ru