

## ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

Жанры речи. 2026. Т. 21, № 2 (50). С. 206–217

*Speech Genres*, 2026, vol. 21, no. 2 (50), pp. 206–217

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2026-21-2-50-206-217>, EDN: XGNVIS

Научная статья

УДК [811.161.1'38'42:004.738.5]:342.6(470+571)

## Жанры цифрового дискурса исполнительной власти

Е. А. Баженова<sup>✉</sup>, М. А. Ширинкина

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Россия, 614068,  
г. Пермь, ул. Букирева, д. 15

**Баженова Елена Александровна**, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и стилистики, [bazhenova\\_e2000@mail.ru](mailto:bazhenova_e2000@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0003-4580-4128>

**Ширинкина Мария Андреевна**, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и стилистики, [m555a@yandex.ru](mailto:m555a@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-6951-0653>

**Аннотация.** В статье представлена систематизация жанров цифрового дискурса исполнительной власти РФ. С учетом типа коммуникативной интенции выделены следующие группы жанров: 1) информационные (бюллетень, дайджест, лонгрид, новостная заметка, объявление, отчет, реестр и др.); 2) инструктивные (инструкция, рекомендация); 3) эпидейктические (поздравление, благодарность, персоналия); 4) интерактивные (викторина, опрос, тест и др.); 5) мотивационные (объявление, цитатник); 6) фатические (геймифицированный контент). На материале постов трех федеральных министерств в социальной сети «ВКонтакте» описано явление жанровой гибридизации, в результате которой создается новый в структурно-содержательном, стилистическом или форматном отношении коммуникационный продукт. Утверждается, что гибридизация жанров усиливается под влиянием технологических возможностей веб-платформ. Высказано мнение, что с развитием социальных сетей и мессенджеров органы государственного управления все больше используют «неформальные форматы» сообщений, жанр которых не вписывается в регламенты официального общения. На конкретном материале показано, что неформатный деловой текст характеризуется непринужденной тональностью, эмоциональностью и другими чертами, свидетельствующими о стремлении публикатора сократить дистанцию с аудиторией. Сделан вывод, что использование в контенте государственных институтов иноязычных для официально-деловой речи гибридных жанров способствует более эффективному диалогу власти и общества.

**Ключевые слова:** цифровой дискурс исполнительной власти, медиакommunikation, жанр, жанровая гибридизация, гибридные жанры, дискурсивно-стилистический анализ, жанрово-стилистический подход

**Для цитирования:** Баженова Е. А., Ширинкина М. А. Жанры цифрового дискурса исполнительной власти // *Жанры речи*. 2026. Т. 21, № 2 (50). С. 206–217. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2026-21-2-50-206-217>, EDN: XGNVIS

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

## Genres of digital discourse of the executive power

Е. А. Bazhenova<sup>✉</sup>, М. А. Shirinkina

Perm State University, 15 Bukireva St., Perm 614068, Russia

**Elena A. Bazhenova**, [bazhenova\\_e2000@mail.ru](mailto:bazhenova_e2000@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0003-4580-4128>

**Mariya A. Shirinkina**, [m555a@yandex.ru](mailto:m555a@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-6951-0653>

**Abstract.** The article presents the systematization of genres of digital discourse of the executive power of the Russian Federation. Taking into account the type of communicative intention, the official content is systematized and the following groups of genres are identified: 1) informative (bulletin, digest, long read, news article, report, register, etc.); 2) instructional (instruction, recommendation); 3) epideictic (congratulation, gratitude,

personification); 4) interactive (quiz, survey, test, etc.); 5) motivational (announcement, citation book); 6) phatic (gamified content). Based on posts of three federal ministries in the social network “VKontakte”, the paper describes the phenomenon of genre hybridization, which results in the creation of a new communication product in terms of structure, content, style or format. It is argued that hybridization of genres is enhanced under the influence of technological capabilities of web platforms. It is suggested that with the development of social networks and messengers, public administration bodies increasingly use “informal formats” of texts, the genre of which does not fit into the regulations of official communication. The analysis of the empirical material has shown that the informal business text is characterized by a relaxed tone, emotionality and other features indicating the publisher’s desire to reduce the distance with the audience. It is concluded that the use of hybrid genres in the content of state institutions, which are foreign to official business speech, contributes to a more effective dialog between the authorities and society.

**Keywords:** official business style of speech, digital discourse of executive power, media communications, genre, genre hybridization, discourse and stylistic analysis, genre and stylistic approach

**For citation:** Bazhenova E. A., Shirinkina M. A. Genres of digital discourse of the executive power. *Speech Genres*, 2026, vol. 21, no. 2 (50), pp. 206–217 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2026-21-2-50-206-217>, EDN: XGNVIS

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

### Введение

Стремительное развитие цифровых технологий коренным образом изменило механизмы коммуникации между властью и обществом. Переход от традиционных деловых текстов к многочисленным медийным форматам открыл новые горизонты взаимодействия государственных структур и граждан, создавая уникальные условия, с одной стороны, для обмена информацией, с другой – для формирования новых жанровых моделей официального общения. Данное исследование является частью цикла опубликованных в журнале «Жанры речи» статей [1, 2], посвященных проблеме жанровой систематизации дискурса исполнительной власти. В данной статье получает дальнейшее развитие идея преобразования жанрового репертуара текстов, размещаемых в медиасреде от имени органов государственного управления. Новым является обоснование понятия жанровой гибридации, которая стала важным инструментом в арсенале коммуникационных стратегий власти. В условиях, когда информация обрабатывается и воспринимается через призму многообразия цифровых платформ, способность публикатора к творческому переосмыслению жанровых традиций приобретает особую значимость. В данной статье жанровая гибридация расценивается как ответ на вызовы современности. Исследование гибридации жанров позволяет описать новое концептуальное пространство публичных коммуникаций. Следует подчеркнуть, что гибридные тексты российской исполнительной власти до сих пор не подвергались лингвистическому изучению.

**Объектом** исследования является цифровой дискурс исполнительной власти, в текстах которого официально-деловой стиль трансформируется под воздействием цифровизации

и медиатизации, **предмет** исследования – гибридные жанры медиапродуктов органов государственного управления.

Исследование направлено на изучение процессов речевого взаимодействия власти и общества в цифровую эпоху, классификацию жанров и форматов распространяемого от имени власти контента. Для решения поставленной проблемы необходимо учитывать экстралингвистические факторы, характеризующие медиасферу, в которой осуществляется информирование населения о деятельности органов государственного управления, формирование общественного мнения и вовлечение социально активных граждан в диалог с властью с целью создания позитивного имиджа и управления репутацией государственных институтов.

Исследование проведено посредством **жанрово-стилистического** анализа на основе **дискурсивного** подхода, т. е. с учетом экстралингвистической обусловленности диалога власти и общества. К дискурсивным факторам этого диалога мы относим законодательно установленные функции органа власти и направления его деятельности (здравоохранение, образование, культура), особенности целевой аудитории, а также технические возможности медиаплатформ. Жанрово-стилистический анализ нацелен на изучение приемов создания и распространения официальных сообщений в медиасреде. Применяемая методика позволяет определить, как органы государственного управления используют жанровую гибридацию для формирования повестки дня, создания общественного мнения, легитимации своих действий, влияния на социальные процессы и стимулирования гражданской активности населения.

## Обсуждение результатов исследования

### 1. Особенности диалога власти и общества в медиасреде

Одной из важных, законодательно установленных функций органов исполнительной власти является обеспечение доступа к информации об их деятельности [3–5]. В интернет-среде информирование является мультиканальным, т. е. осуществляется на нескольких платформах: на официальных сайтах, в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники»), мессенджере Telegram, а также на видеохостинге Rutube. В рамках публичного взаимодействия государственных институтов с населением создается комплекс коммуникационных продуктов [6]. Медиасегмент диалога власти и общества мы называем **цифровым дискурсом исполнительной власти** [7: 15].

В настоящее время одной из наиболее востребованных веб-платформ являются социальные сети. Эта коммуникативная среда активно изучается представителями социогуманитарных наук в самых разных аспектах: с точки зрения трансформации межличностной коммуникации цифрового поколения [8]; на предмет определения стратегий взаимодействия органов власти с гражданами [9, 10]; с позиций когнитивной лингвистики, теории дискурса, лингвоконфликтологии и лингводидактики [11]. На основе анализа приведенных исследований можно сделать вывод, что в социальных сетях создана уникальная речевая среда, существенно изменившая способы взаимодействия и обмена информацией. В аспекте теории коммуникации социальные сети представляют собой многомерную систему взаимодействий, в рамках которой пользователи не только осуществляют горизонтальные связи с равными по статусу коммуникативными партнерами, но и участвуют в вертикальных коммуникациях с качественно иными «собеседниками» – от крупных коммерческих компаний до правительственных организаций и государственных учреждений.

По мнению Н. Д. Голева, социальные сети обладают большой значимостью в общественной жизни страны, существенно влияя «на формирование политического и правового сознания, идеологических и культурных ценностей, коммуникативного поведения, культуры и мировоззрения россиян всех поколений, но прежде всего – молодого» [12]. Эти обстоятельства обусловили тот факт, что в последние годы социальные сети, предоставляющие новые возможности для взаимодействия с гражданами и формирования общественного мнения, стали важным средством реализации коммуникационных стратегий органов исполнительной власти.

### 2. Понятие жанровой гибридации

Как известно, М. М. Бахтин называл речевыми жанрами относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний [13: 241–242]. Подчеркивая динамичность жанра, вызванную воздействием ситуационных факторов (коммуникативной цели и ожиданий адресата), М. М. Бахтин выделил три типа жанровой подвижности. Первый тип связан с тем, что «в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения» на базе первичных жанров формируются более сложные вторичные жанры [13: 239]. Второй тип проявляется в переакцентуации жанров, т. е. переносе жанра из одной сферы в другую, сопровождающемся изменением типической жанровой экспрессии [13: 259; 267–269]. Третий тип обнаруживается в нарочитом смешении жанров разных сфер коммуникации [13: 259]. В результате каждого из этих процессов рождаются новые типы высказываний, т. е. новые жанры.

В современных условиях стремительного обновления технологий и эволюции форм коммуникации одним из путей развития бахтинской теории жанров можно признать изучение их гибридации (контаминации, конвергенции, смешения, трансформации), которая неизбежно влечет за собой необходимость проведения «жанровой ревизии» в разных сферах общения (см., напр. [6, 14–18 и др.]). Так, развивая идеи М. М. Бахтина применительно к PR-коммуникации, В. Н. Степанов и А. Д. Кривососов выделили три типа симбиоза жанров: «конвергенцию первичных и вторичных речевых жанров, конвергенцию первичных простых жанров PR-текста, интермедийную конвергенцию» [19: 222].

Явление жанровой гибридации наблюдается в самых разных сферах – от художественной литературы до цифровых медиа, от рекламных текстов до социальных сетей. Нельзя не согласиться с В. Е. Чернявской и Н. Э. Горшковой, которые считают, что гибридация жанров в медиасреде вызвана использованием текста «в нетипичных для него коммуникативных условиях» [18: 79]. Другие авторы связывают контаминацию жанров с микшированием институционального и персонифицированного общения, пересечением дискурсивных практик, совмещением черт разных функциональных стилей, комбинированием вербальных и невербальных (параграфемных и технических) инструментов, конвергенцией различных форматов и др. Несмотря на различия в интерпретации гибридных жанров, все исследователи сходятся во мнении, что в медиасфере жанровые трансформации порождают потребность повы-

сильный интерес к публикации и вызвать ответную реакцию адресата.

Мы под **жанровой гибридизацией** понимаем совмещение различных жанровых моделей, в результате которого создается новый в структурно-содержательном, стилистическом или форматном отношении коммуникационный продукт. Применительно к цифровому дискурсу исполнительной власти можно утверждать, что жанры письменной и устной официально-деловой речи, которые использовались в доцифровую эпоху, в пространстве социальных сетей и мессенджеров подвергаются радикальному преобразованию. Результаты этого преобразования привели к деконструкции коммуникационных продуктов [19] и утрате медиатекстом четких жанрообразующих признаков [20]. К сказанному можно добавить, что энтропия жанров усиливается под влиянием технологических возможностей разных веб-платформ, на которых одна и та же информация предъясняется пользователю в разной форматной «упаковке» – в виде линейного текста, слайд-шоу, видео и др.

Таким образом, в виртуальной среде границы между жанрами объективно становятся более подвижными, чем в традиционной коммуникации. В то же время развитие и совершенствование интернет-технологий стимулируют появление новых жанров, отвечающих потребностям общения в различных сферах, в том числе в сфере государственного управления.

### **3. Жанровый состав медиакommunikаций исполнительной власти и его развитие**

Представим в виде схемы и опишем совокупность медиапродуктов исполнительной власти с учетом их форматно-жанровых признаков (рис. 1).

Наше понимание **формата** опирается на точку зрения Л. Ю. Щипициной, которая определяет его как совокупность медийных параметров жанра – поликодовости, гипертекстуальности, интерактивности, синхронности и др., которые зависят от технологических возможностей каналов связи [21]. Помимо этого, формат контента, на наш взгляд, обусловлен творческим замыслом публикаторов, их коммуникативной интенцией, информационным поводом, а также целевой аудиторией. Например, посты Министерства науки и высшего образования РФ часто представлены в виде *теста*, *викторины*, *опроса* с присущей им интерактивной формой подачи материала, привычной для студентов и преподавателей вузов. *Публичные отчеты* Министерства культуры РФ обычно предъясняются в поликодовой форме фотоальбома с комментариями,

что отвечает запросам подписчиков, интересующихся событиями культурной жизни.

На рис. 1 видно, что самый широкий выбор форматов и жанров деловой речи, не применявшихся в официальном общении в «доцифровую эпоху», предлагают социальные сети и мессенджеры. Следует заметить, что на официальных сайтах органов власти, помимо сообщений в новом форматно-жанровом воплощении, представлены деловые тексты таких традиционных жанров, как *постановление*, *указ*, *распоряжение* и др. Однако они выполняют первичные задачи официально-делового общения, не меняют своих жанровых признаков и, оставаясь монологическими по природе, принимают «пассивное» участие в реализации диалога власти с обществом в медиасфере.

В XX в. диалог власти и общества носил ритуализованный характер с ограниченным набором протокольных документных жанров – *официального письма*, *отчета* и *пресс-релиза*, текст которых должен был соответствовать стандартному формату. С развитием социальных сетей и мессенджеров органы управления получили возможность использовать «неформальные форматы» сообщений, жанр которых не вписывается в регламенты официального общения. К таким жанрам относятся, например: *новостная заметка*, *дайджест*, *анонс*, *викторина*, *опрос*, *тест* и др. Неформальный текст характеризуется непринужденной тональностью, эмоциональностью, относительной свободой выбора лексических единиц и другими чертами, отражающими стремление публикатора привлечь внимание адресата и сократить дистанцию с ним. Использование в официальных пабликах органов управления иностилевых для государственных институтов жанров речи позволяет более оперативно и эффективно взаимодействовать с различными аудиториями, повышая прозрачность работы этих институтов, что благоприятно сказывается на их репутации.

В качестве материала, иллюстрирующего процесс жанровой гибридизации, нами использованы посты в официальных пабликах, размещенные в 2024 г. в социальной сети «ВКонтакте» тремя федеральными министерствами: Министерством науки и высшего образования, Министерством здравоохранения и Министерством культуры.

В настоящее время жанрово-стилевая гибридизация медиапродуктов стала основной тенденцией в развитии жанровой системы цифрового дискурса исполнительной власти. В этой коммуникативной сфере гибридизацию можно считать намеренным приемом построения текста. Вместе с тем для исследователя гибридизация жанров создает трудности

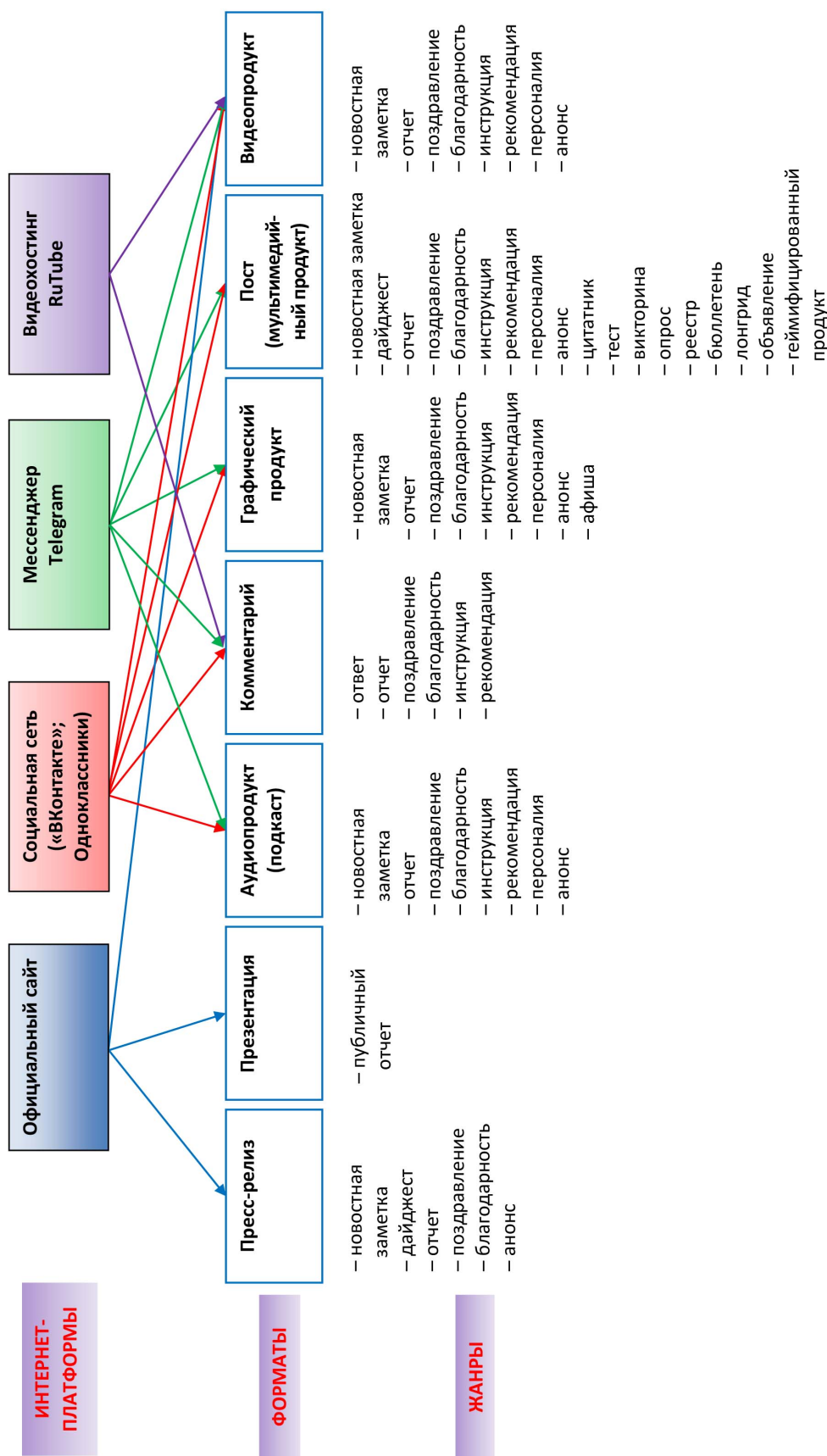


Рис. 1. Форматы и жанры медиакommunikаций исполнительной власти  
 Рис. 1. Formats and genres of media communications of the executive power

при их анализе и классификации, поскольку один и тот же жанр может быть представлен в разных форматах. Например, жанры *новостной заметки, благодарности, поздравления, рекомендации, персоналии* в пабликах министерств реализуются в аудио-, видео-, мультимедиа- и графическом форматах. Так, *поздравление* может выглядеть как *видеоролик* с выступлением должностного лица или *открытка; отчет* – как *пресс-релиз, видеоролик* или *фотоальбом*. В паблике Минобрнауки РФ нами зафиксированы публикации, названные составителями *календарными датами*. По дизайну и функционально-целевой направленности эти посты напоминают *листки отрывного календаря*, на которых указана дата и название знаменательного события или праздника, размещена соответствующая тематике иллюстрация и содержится краткая информация об этом событии (рис. 2).

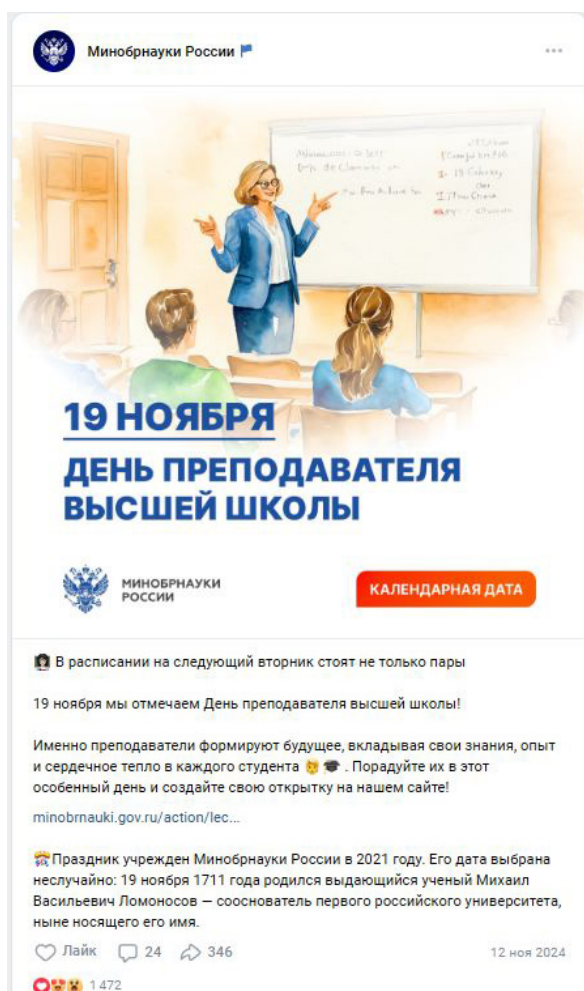


Рис. 2. Пост в форме листка отрывного календаря в паблике Минобрнауки РФ

Рис. 2. A post in the form of a tear-off calendar in the public domain of the Ministry of Education of the Russian Federation

С учетом вышесказанного в процессе определения жанровой принадлежности гибридных публикаций следует учитывать и те жанровые наименования, которые дают этим публикациям сами составители, например: *инструкция, памятка, цитата, календарная дата, викторина, тест* и др. По-видимому, практика жанрового маркирования постов связана с тем, что SMM-специалисты, во-первых, строят сообщение по определенной жанровой модели; во-вторых, задают вектор восприятия информации целевой аудиторией. Вместе с тем многие посты не имеют жанрового идентификатора, так что распознать жанр можно лишь по содержанию и оформлению текста, а также по реализованной целеустановке.

В контенте органов государственного управления в социальной сети «ВКонтакте» нами выявлено 20 жанров (см. рис. 1), которые в зависимости от доминирующей коммуникативной интенции мы разделили на шесть групп.

1. **Информационные жанры** направлены на сообщение фактов и событий, отражающих текущую деятельность органа исполнительной власти или должностного лица: *анонс, афиша, бюллетень, дайджест, лонгрид, новостная заметка, объявление, отчет, реестр*.

2. **Инструктивные жанры** носят предписательный характер и включают перечень действий, связанных с осуществлением какой-либо деятельности: *инструкция, рекомендация (совет)*.

3. **Эпидейктические жанры** обращены преимущественно к эмоциональной сфере адресата, выражают реакцию на какое-либо знаменательное событие и реализуют интенцию на сплочение аудитории: *поздравление, благодарность, персоналия*.

4. **Интерактивные жанры** ориентированы на взаимодействие с аудиторией в режиме реального диалога, предполагающего получение ответной реакции: *викторина, игра, опрос, ответ, тест*.

5. **Мотивационные жанры** служат стимулированию поведенческой активности и целеустремленности адресата, формированию у него потребности в саморазвитии: *объявление, цитатник*.

6. **Фатические жанры** обеспечивают поддержание позитивной атмосферы паблика, стимулируют креативность пользователей и повышение их вовлеченности. К этой группе жанров мы считаем целесообразным отнести описанные В. Н. Степановым и А. Д. Кривоносовым «геймифицированные продукты», основанные на игровых механиках [19: 215].

Из всех выявленных жанров лишь два – *инструкция* и *отчет* – традиционно относятся к официально-деловому стилю [22: 71].

Однако в медиасреде и эти жанры демонстрируют ослабление стиливых черт деловой речи, трансформацию первичных прагматических функций и актуализацию новой функциональной доминанты. Приведем пример инструкции, размещенной в паблике Министерства культуры РФ в день рождения Деда Мороза 18 ноября (рис. 3).



Рис. 3. Пост-инструкция в паблике Министерства культуры РФ

Рис. 3. Post-instructions in the public domain of the Ministry of Culture of the Russian Federation

Очевидно, что предписательная функция инструкции как жанра деловой речи здесь уступает место информационно-развлекательной функции. Тем не менее некоторые черты традиционной инструкции сохраняются,

в частности: 1) структура и четкость изложения (текст разделен на короткие абзацы, каждый из которых содержит конкретную информацию); 2) маркированный список, включающий три пункта (■ написать адрес Деда Мороза, ■ написать о своих пожеланиях Деду Морозу, ■ выбрать правильную бумагу для письма).

Однако основная цель текста – не столько дать четкие указания «маленьким подписчикам», сколько, побуждая их написать письмо Деду Морозу, создать праздничное настроение, увлечь мечтой о подарке, развить фантазию, развлечь детей и их родителей. Все эти интенции, характерные для текстов досугового дискурса, не имеют прямого отношения к прагматике официально-делового общения.

Жанровая модификация инструкции проявляется в следующем:

- вопросно-ответной структуре текста;
- адресованности поста *самым маленьким подписчикам*;
- употреблении коротких простых предложений, в том числе восклицательных;
- использовании эмоционально окрашенной лексики (*самое время, волшебник, душевные письма*);
- преобладании разговорных речевых конструкций (*Давайте разбираться! Самую красивую, конечно! Пишите письма, ждите чудес и не забывайте..., самое время это сделать*);
- приветливой и дружелюбной тональности сообщения.

Как видим, текст сочетает в себе жанровые элементы инструкции и информационно-развлекательного контента, адаптированного для детской аудитории.

На следующем рисунке представлена заставка поста, в котором Министерство науки и высшего образования РФ сообщает подписчикам об итогах календарного года (рис. 4).

Хотя в этой публикации и имеется жанровое наименование *годовой отчет*, в видеоролике содержатся интервью с руководителями, преподавателями и студентами разных российских вузов в преддверии Нового года. Заголовок создает эффект обманутого ожидания. У одних подписчиков это может вызвать удивление, у других – интерес, у третьих даже раздражение. Несомненно, что этот эффект запланирован публикатором и нацелен на привлечение внимания и усиление эмоционального воздействия на аудиторию. В данном случае гибридизация проявляется в подмене жанра. Действительно, стандартный министерский отчет представляет собой объемный текст, имеющий четкую структуру,

содержащий конкретные данные и написанный в формальном стиле, исключающем эмоциональную тональность в связи с необходимостью изложить объективную информацию.



Рис. 4. Пост-отчет в паблике Министерства науки и высшего образования РФ

Рис. 4. Post-report published by the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation

*Отчет*, хотя и представленный в жанре *видеоинтервью*, раскрывает деятельность министерства как учредителя вузов, т. е. назначение исходного жанра сохраняется, но реализуется в измененной форме. Совмещение содержания отчета с формой видеоролика позволило придать официальной информации более привлекательный – персонализированный – характер.

За исключением жанров *инструкции* и *отчета*, все другие жанры цифрового дискурса исполнительной власти (*анонс*, *афиша*, *викторина*, *новостная заметка*, *опрос*, *рекомендация*, *тест* и др.) являются не документными, а преимущественно публицистическими, для которых официальный паблик – иностилевая среда. В этом аспекте гибридизацию жанров можно интерпретировать как межстилевое взаимодействие, в котором жанры, периферийные в «материнском» стиле, в медиасфере могут стать основными в силу своего высокого персуазивного потенциала.

Например, в контенте Министерства здравоохранения одну из центральных позиций в системе жанров занимают *рекомендации (советы)*, помогающие гражданам бороться с дезинформацией и принимать обоснованные решения о своем здоровье, формирующие правильные привычки и укрепляющие

доверие населения к системе здравоохранения. Пример такого поста см. на рис. 5.

Как видим, первичный жанр *рекомендации (советы)* в медиасреде приобретает синкретичные стилистические признаки. Приметами *деловой* речи можно считать следующее: 1) достоверность и точность информации, полученной из авторитетного официального источника – паблика федерального органа исполнительной власти; 2) соответствие содержания поста законодательно установленной функции Министерства здравоохранения информировать и просвещать население по вопросам здоровья; 3) стандартизованность подачи материала с использованием рубрикации.

Приметы *публицистического* стиля: 1) популяризация актуальной научной информации для широкой аудитории; 2) использование общепонятных медицинских терминов (*риск серьезных заболеваний, инфаркт, инсульт, патологии, травматизм, пищевое отравление*); 3) вопросно-ответная форма текста (*Как не получить пищевое отравление, Как безопасно кататься на коньках*); 4) доступность и легкость восприятия информации.

К *форматным* признакам поста следует отнести наличие хэштега *#ПростыеПравила* и метаданных (дата публикации); поликодовость (карточный способ подачи информации, пространственный и цветовой дизайн); интерактивность (возможность для подписчиков выражать реакции посредством лайков, комментариев и перепостов).

Таким образом, из традиционных жанров деловой речи в этой сфере оказываются востребованными лишь *инструкция* и *отчет*, но даже они претерпевают существенные изменения. Основной же массив текстов создается либо по канонам простых первичных жанров (*благодарность, поздравление, рекомендация*), либо с использованием готовых жанровых моделей публицистики (*новостная заметка, интервью, дайджест, бюллетень* и др.).

Ограниченный объем статьи не позволяет проиллюстрировать все выявленные нами динамические процессы в жанровой системе цифрового дискурса исполнительной власти. Однако даже представленный материал свидетельствует об адаптации ее коммуникационных стратегий к быстро меняющимся условиям диалога с гражданами в социальных сетях. Дальнейшие исследования позволят выявить новые аспекты жанровой гибридизации, а также оценить эффективность различных цифровых инструментов в формировании общественного мнения и укреплении доверия к государственным институтам.

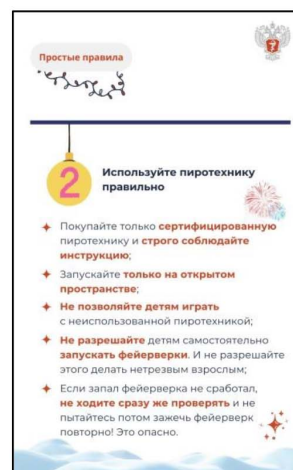


Рис. 5. Пост-рекомендация в паблике Министерства здравоохранения РФ

Рис. 5. Post-recommendation in the public domain of the Ministry of Health of the Russian Federation

### Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что жанрово-стилевая гибридизация играет важную роль в становлении жанровой системы цифрового дискурса исполнительной власти. Анализ постов, размещенных тремя федеральными министерствами в социальной сети «ВКонтакте», выявил значительное разнообразие форматов и жанров, которые используются государственными структурами в общении с гражданами. На основе авторской интенции официальный контент органов управления образует шесть групп жанров: информационные, инструктивные, эпидейктические, интерактивные, мотивационные и фатические. При этом один и тот же жанр может быть представлен в разных форматных вариантах (аудио-, видео-, мультимедиа- или графическом формате).

Цифровые технологии кардинально преобразуют традиционные формы диалога между властью и обществом, создавая принципиально новую среду взаимодействия и информирования. Для реализации законодательно предписанных функций органы власти широко используют социальные сети. Этот уникальный медиасегмент с присущими ему мультимедийностью и многомерностью становится

в сегодняшней России инструментом формирования политических, правовых, культурных и других установок.

Виртуальная среда усиливает неопределенность жанровых границ, стимулирует создание инновационных жанров, адаптированных к современным технологиям и потребностям онлайн-взаимодействия. С одной стороны, традиционные для деловой речи жанры (*инструкция* и *отчет*) подвергаются значительным трансформациям: вбирают в себя элементы публицистики и развлекательного дискурса. С другой – в официальную коммуникацию вовлекаются «неформальные форматы»: простые первичные жанры (*благодарность*, *поздравление*, *рекомендация*) и индустриальные жанровые модели (*анонс*, *афиша*, *викторина*, *тест*, *опрос*). В целом, применение гибридных жанров ориентировано на повышение прозрачности в деятельности государственных учреждений, укрепление доверия граждан и формирование положительного имиджа власти.

В этом плане деконструкция традиционных жанров может рассматриваться как фактор становления новой речевой системности, связанной с коммуникационными и технологическими условиями медиасферы.

### ИСТОЧНИКИ

Официальный паблик Министерства науки и высшего образования РФ в социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/minobrnauki> (дата обращения: 13.03.2024).

Официальный паблик Министерства здравоохранения РФ в социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/minzdravru> (дата обращения: 13.03.2024).

Официальный паблик Министерства культуры РФ в социальной сети «ВКонтакте». URL: [https://vk.com/minкультуры\\_rf](https://vk.com/minкультуры_rf) (дата обращения: 13.03.2024).

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ширинкина М. А. Жанры письменного дискурса исполнительной власти // *Жанры речи*. 2019. № 2 (22). С. 110–118. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-2-22-110-118>, EDN: NCVRUX
2. Ширинкина М. А. Форматы и жанры медиакommunikации исполнительной власти // *Жанры речи*. 2021. № 1 (29). С. 66–77. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-66-77>, EDN: IAPYXG
3. Ветров К. В. Информирование населения о деятельности органов власти как фактор управления : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2003. 25 с. EDN: NMHWPF
4. Котиков Д. А. Распространение информации федеральным органом исполнительной власти в гражданском обществе : теоретические аспекты правового регулирования : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Люберцы, 2012. 25 с. EDN: ZOORVD

5. Селихова Н. Л. Развитие коммуникативно-информационных связей органов регионального управления и общества: на материалах Брянской области : автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2005. 27 с. EDN: ZNBHZZ

6. Кривонос А. Д. Деконструкция коммуникационного продукта в условиях цифровизации // *Медиалингвистика : материалы VIII международной научной конференции (Санкт-Петербург, 26–29 июня 2024 г.)*. СПб. : Медиапапир, 2024. С. 501–504. EDN: QBYYYN

7. Баженова Е. А., Ширинкина М. А., Мокан А. Д., Овчинникова С. А. Цифровой дискурс исполнительной власти в современной России : монография. Пермь : Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2024. 188 с.

8. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения : трансформация фреймов коммуникации : коллективная монография / науч. ред. И. П. Кужелева-Саган. Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. 220 с.

9. Алагов А. В. Стратегии политических интернет-коммуникаций региональных органов власти и общества в Российской Федерации : автореф. дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2024. 22 с. EDN: LIHCTS

10. Филатова О. Г. Электронное взаимодействие власти и общества : медиаэкологический подход : автореф. дис. ... д-ра полит. наук. М., 2024. 50 с. EDN: AILWAF

11. Социальные сети : комплексный лингвистический анализ : монография : в 2 т. Кемерово :

Кемеровский государственный университет, 2021. Т. 1. 430 с.

12. Голев Н. Д. Введение. Социальные сети как актуальный объект междисциплинарного научного изучения // Социальные сети : комплексный лингвистический анализ : монография : в 2 т. / под науч. ред. Н. Д. Голева ; отв. ред. Л. Г. Ким. Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2021. Т. 1. С. 5–9.

13. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М. : Художественная литература, 1975. 504 с. EDN: WTJALN

14. Зеленцов М. В. К вопросу об определении гибридного новостного формата в цифровой среде // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2021. Т. 6, № 3. С. 5–22. <https://doi.org/10.17323/cmd.2021.13305>, EDN: LTAKZT

15. Чалова О. Н. Жанрово-стилистическая гибридизация и диверсификация современного медиадискурса // Ученые записки УО ВГУ им. П. М. Машерова. 2021. Т. 33. С. 172–176. EDN: GCECTM

16. Власова Е. Г., Абашев В. В. Жанры и форматы районных СМИ в условиях медиаконвергенции // Районные газеты Пермского края на рубеже 2010–2020 годов : монография / под общ. ред. Л. Л. Черепановой. Пермь : Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2022. С. 228–248. EDN: AEFWZO

17. Карпенко И. И. Медиаконвергенция в теории и практике российских региональных СМИ : дис. ... д-ра филол. наук. Белгород, 2024. 398 с. EDN: FHOTLA

18. Чернянская В. Е., Горшкова Н. Э. Гибридизация жанра в персуазивной коммуникации // Слово.ру: балтийский акцент. 2025. Т. 16, № 1. С. 74–89. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2025-1-5>, EDN: BLXESJ

19. Степанов В. Н., Кривоносов А. Д. Жанровая пиарология и конвергенции жанров PR-текста // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 3 (43). С. 212–224. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-212-224>, EDN: BXKHSE

20. Кривоносов А. Д. Жанровая типология PR-текста: от теории к вульгаризации // Российская школа связей с общественностью. 2017. № 9. С. 215–221. EDN: XXIHNP

21. Щитицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2011. 40 с. EDN: ZODWYV

22. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М. : Флинта : Наука, 2003. 696 с.

#### REFERENCES

1. Shirinkina M. A. Genres of written discourse of the executive branch. *Speech of Genres*, 2019, no. 2 (22), pp. 110–118 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-2-22-110-118> EDN: NCVRUX

2. Shirinkina M. A. Formats and genres of media communication of the executive power. *Speech of Genres*, 2021, no. 1 (29), pp. 66–77 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-66-77> EDN: IAPYXG

3. Vetrov K. V. *Informing the Population About the Activities of the Authorities as a Factor of Administration*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Sociol.). Moscow, 2003. 25 p. (in Russian). EDN: NMHWPF

4. Kotikov D. A. *Dissemination of Information by a Federal Executive Body in Civil Society: Theoretical Aspects of Legal Regulation*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Jurispr.). Lyubertsy, 2012. 25 p. (in Russian). EDN: ZOORVD

5. Selikhova N. L. *Development of Communication and Information Links Between Regional Government and Society: On the Materials of the Bryansk Region*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Politic.). Moscow, 2005. 27 p. (in Russian). EDN: ZNBHZD

6. Krivonosov A. D. Deconstruction of communication product in the conditions of digitalization. *Medialinguistics: Proceedings of the VIII International Scientific Conference (St. Petersburg, June 26–29, 2024)*. St. Petersburg, Mediapapir, 2024, pp. 501–504 (in Russian). EDN: QBYYYN

7. Bazhenova E. A., Shirinkina M. A., Mokaev A. D., Ovchinnikova S. A. *Tsifrovoy diskurs ispolnitel'noi vlasti v sovremennoi Rossii: monografiya* [Digital discourse of executive power in modern Russia: Monograph]. Perm, Perm State University Publ., 2024. 188 p. (in Russian).

8. *Sotsial'nye seti kak infrastruktura mezhluchnostnogo obshcheniya tsifrovogo pokoleniya : transformatsiya freimov kommunikatsii: kollektivnaya monografiya*. Nauch. red. I. P. Kuzheleva-Sagan [Kuzheleva-Sagan I. P., sci. ed. Social networks as an infrastructure of interpersonal communication of the digital generation: Transformation of communication frames]. Tomsk, Tomsk State University Publ., 2017. 220 p. (in Russian).

9. Alagoz A. V. *Strategies of Political Internet Communication Strategies of Regional Authorities and Society in the Russian Federation*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Politic.). Ekaterinburg, 2024. 22 p. (in Russian). EDN: LIHCTS

10. Filatova O. G. *Electronic Interaction Between Government and Society: A Media Ecosystem Approach*. Thesis Diss. Dr. Sci. (Politic.). Moscow, 2024. 50 p. (in Russian). EDN: AILWAF

11. *Sotsial'nye seti: kompleksnyi lingvisticheskii analiz: monografiya: v 2 t. Pod nauch. red. N. D. Goleva, отв. ред. L. G. Kim* [Goleva N. D., sci. ed., Kim L. G., ed.-in-chief. Social networks: Complex linguistic analysis: Monograph: In 2 vols]. Kemerovo, Kemerovo State University Publ., 2021. 430 p. (in Russian).

12. Golev N. D. Social networks as an actual object of interdisciplinary scientific study. In: *Sotsial'nye seti: kompleksnyi lingvisticheskii analiz: monografiya: v 2 t. Pod nauch. red. N. D. Goleva, отв. ред. L. G. Kim* [Goleva N. D., sci. ed., Kim L. G., ed.-in-chief. Social networks: Complex linguistic analysis: Monograph: In 2 vols]. Kemerovo State University Publ., 2021, pp. 5–9 (in Russian).

13. Bakhtin M. M. *Voprosy literatury i estetiki. Issledovaniya raznykh let* [Questions of Literature and Aesthetics. Studies of different years]. Moscow, Khudozhestvennaya literatura, 1975. 504 p. (in Russian). EDN: WTJALN

14. Zelentsov M. V. Toward the definition of a hybrid news format in the digital environment. *Communications. Media. Design*. 2021, vol. 6, no. 3, pp. 5–22. (in Russian). <https://doi.org/10.17323/cmd.2021.13305>, EDN: LTAKZT

15. Chalova O. N. Genre and stylistic hybridization and diversification of modern media discourse. *Academic Notes of the P. M. Masherov State University*, 2021, vol. 33, pp. 172–176 (in Russian). EDN: GCECTM

16. Vlasova E. G., Abashev V. V. Genres and formats of district mass media in the conditions of media convergence. In: *Raionnye gazety Permskogo kraja na rubezhe 2010–2020 godov : monografiya. Pod obshch. red.*

L. L. Cherepanovoi [Cherepanova L. L., ed. District newspapers of Perm Krai at the turn of 2010–2020: Monograph]. Perm State University Publ., 2022, pp. 228–248 (in Russian). EDN: AEFWZO

17. Karpenko I. I. *Media Convergence in the Theory and Practice of Russian Regional Mass Media*. Diss. Dr. Sci. (Philol.). Belgorod, 2024. 398 p. (in Russian). EDN: FHOTLA

18. Chernyavskaya V. E., Gorshkova N. E. Genre hybridization in persuasive communication. *Slovo.ru: Baltic accent*, 2025, vol. 16, no. 1, pp. 74–89 (in Russian). <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2025-1-5> EDN: BLX-ESJ

19. Stepanov V. N., Krivososov A. D. Genre PR and convergences of PR-text genres. *Speech of Genres*,

2024, vol. 19, no. 3 (43), pp. 212–224 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-212-224> EDN: BXKHSE

20. Krivososov A. D. Genre typology of PR-text: from theory to vulgarization. *Russian School of Public Relations*, 2017, no. 9, pp. 215–221 (in Russian). EDN: XXIHP

21. Shchipitsina L. Ju. *Comprehensive Linguistic Characteristics of Computer-mediated Communication (Based on the Material of the German Language)*. Thesis Diss. Dr. Sci. (Philol.). Voronezh, 2011. 40 p. (in Russian). EDN: ZODWYV

22. *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka. Pod red. M. N. Kozhinoi* [Kozhina M. N., ed. Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian Language]. Moscow, Flinta, Nauka, 2003. 696 p. (in Russian).

Поступила в редакцию 13.05.2025; одобрена после рецензирования 08.07.2025; принята к публикации 08.07.2025; опубликована 01.06.2026

The article was submitted 13.05.2025; approved after reviewing 08.07.2025; accepted for publication 08.07.2025; published 01.06.2026