

Лингвистические средства создания положительного образа вуза в телеграм-каналах

DOI: 10.24833/2949-6357.2024.GEO.1

УДК: 81'23:81'27

Ю. Е. Кочнева, О. Д. Пастухова, Е. А. Титова

Исследование выполнено в рамках гранта
“Фонд перспективных научных исследований ФГБОУ ВО “ЧелГУ” 2023 г.

Аннотация

Университетский медиадискурс представляет перспективную тему для исследования, так как он подвержен постоянным изменениям, что открывает возможности для изучения различных его аспектов. В статье исследуются языковые стратегии, направленные на создание положительного образа вуза в его телеграм-каналах. Проведённый анализ более чем 400 постов позволил выявить основные языковые средства, способствующие формированию положительного образа вуза. Одним из ключевых результатов исследования стало обнаружение частого использования разговорной лексики. Авторы также прибегают к помощи обращений к читателю, таким образом вовлекая их в коммуникацию. В постах телеграм-канала ЧелГУ можно встретить стилистические средства. Вербальные тексты, представленные в телеграм-каналах университетов, могут быть разнообразными по своей направленности — от простой передачи информации до воздействия на адресата. Поэтому наше исследование уделяет особое внимание выразительности и смысловой нагрузке, которые могут быть достигнуты различными языковыми средствами в контексте университетского дискурса в телеграм-каналах.

Ключевые слова: вуз, лингвистические средства, положительный образ, медиадискурс, телеграм-канал.

Медиадискурс представляет особый интерес для исследования, так как является многогранным понятием. Особенно актуальным остаётся изучение медиадискурса университета, так как интернет-коммуникации составляют неотъемлемую часть современного мира и оказывают воздействие на потребителей информации. Университетский медиадискурс представляет собой особую разновидность дискурса, так как взаимодействует с другими разновидностями дискурса, такими как педагогический, образовательный, научный [Максимов, Найден 2010: 203]. Основной целью университетского медиадискурса является передача информации и сообщение знания, и они созвучны целям как конкретного вуза, так и вуза как образовательного учреждения в целом [Финогеева 2021: 163]. По словам Н. С. Олизько, университетский медиадискурс включает в себя официальный сайт вуза, различные социальные сети и каналы, и его основной целью является информирование и воздействие на адресата (студента, абитуриента или родителей) [Олизько 2023: 100]. В отечественной и зарубежной дискурсологии практически не проводились исследования медиадискурса, уделяющие особое внимание анализу особенностей формирования образа вуза в социальных сетях и телеграм-каналах, поэтому данное направление является актуальным и позволяет выявить способы создания положительного образа вуза с использованием средств медиакоммуникации. В целом, успешная интернет-коммуникация в современном мире напрямую зависит от использования правильных лексических средств.

Материалом исследования послужили более 400 постов, выявленные методом сплошной выборки в телеграм-канале Челябинского государственного университета. Мы выявили, что для создания положительного образа вуза авторы постов используют разговорную лексику, которая направлена на со-

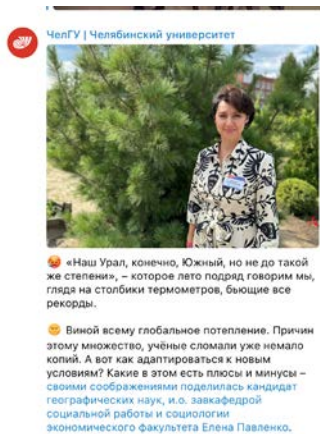


Рисунок 1. Южный Урал

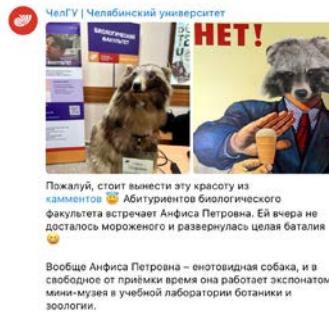


Рисунок 2. Енотовидная собака Anfisa Петровна

здание контакта между адресатом и адресантов. Именно разговорной лексике, “соотносимой с функционально-стилистической категорией разговорного стиля, присуща непринужденность... С одной стороны, ненарочитое включение разговорных слов в письменную речь осознается как отклонение от стилистических норм литературного языка” [Сюй Ци 2009: 258]. Но, с другой стороны, подобные включения обладают большей

экспрессией и выразительностью. В связи с этим, разговорная лексика является наиболее частотным средством, которое используют авторы постов с целью создать дружественную атмосферу. Авторы также прибегают к помощи обращений к читателю, таким образом вовлекая их в коммуникацию. В постах телеграм-канала ЧелГУ можно встретить стилистические средства (аллюзию, игру слов, эпитеты, метафоры и другие).

Учитывая полуофициальный характер телеграм-каналов, стоит отметить разговорный стиль, который очень широко используется практически во всех постах. Такой стиль способствует созданию благоприятной, расслабленной атмосферы. Упоминание Южного Урала в контексте “Наш Урал, конечно, Южный, но не до такой же степени...” (см. рис. 1) создает юмористический эффект и вызывает улыбку у читателя, что, без сомнения, способствует созданию положительного образа вуза.

Следующий пост посвящен особенностям проведения приёмной кампании в ЧелГУ (см. рис. 2). Абитуриентов биологического факультета встречает енотовидная собака. Во-первых, это необычно и привлекает внимание абитуриентов любых факультетов. Новости о животных всегда вызывают интерес у читателей любых социальных сетей. В нижеприведённом посте стоит отметить слово “камментов”, что в данном случае является разговорным заимствованием из английского языка, написано с нарушением правил орфографии в русском языке (комментарий) и нацелено на привлечение внимания молодых читателей телеграм-канала. Такой приём способен создать положительный образ вуза в глазах абитуриентов, они почувствуют себя значимыми, поймут, что университет с ними “на одной волне” и готов говорить с ними “на одном языке”. Также привлекает внимание имя экспоната, упомянутого в посте — Анфиса Петровна —

необычное имя Анфиса в совокупности с отчеством Петровна способно вызвать улыбку у любого читающего данный пост и добавить положительных штрихов к образу вуза.

В приведённом ниже посте представлены правила дресс-кода, который действует на территории университета. Использование таких лексических единиц как “шпаргалки” и “перваши” указывает на неофициальный, можно даже сказать дружеский стиль (см. рис. 3). Пост таргетирован на только что поступивших первокурсников, которые ещё не знакомы с правилами в университете, но представление этой информации в такой дружелюбной форме вызывает позитивный отклик и добавляет положительных черт в образ университета.



Рисунок 3. Деловой стиль ЧелГУ

Обращение к читателю — очень распространенный приём, который привлекает внимание аудитории, вызывает доверие и призывает к реакции. Вопрос “Соискатели, остепеняться будем?” адресован тем, кто пишет диссертации и планирует их защиту в ближайшее, либо не очень, время (см. рис. 4). Обращение к аудитории делает вуз открытым к диалогу и помогает воспринимать его в позитивном ключе.



Рисунок 4. Диссертационные советы

Символом ЧелГУ является суслик в связи с тем, что очень много сусликов живет на территории университета. Их можно увидеть в больших количествах с весны до осени, когда они не находятся в состоянии зимней спячки. Также на территории университета периодически появляются белки. Их можно встретить не так часто, как сусликов. Как мы уже говорили выше, упоминание животных в постах вкупе с фотографиями усиливают положительное впечатление, поэтому создатели постов всегда пользуются этим приёмом. В нижеприведённом примере мы отмечаем наличие таких лексических единиц как “суслик” и “белочка”, где белочка — уменьшительно-ласкательная форма, что вызывает умиление у читателей и создает впечатление, что ЧелГУ — добрая организация, которая уделяет внимание животным и хорошо к ним относится (см. рис. 5). Помимо этого, обращение к читателям в побудительной форме первого лица единственного числа с использованием третьего лица единственного числа глагола “мочь” с модальным значением и призывом к действию (“может придумаем ей имя”) приглашает к диалогу и совместной деятельности. Также обращает на себя внимание аллюзия на популярную игру, которой увлекаются многие молодые люди — “Мафия”.

Практически все знают фразу: “Город засыпает, просыпается мафия”. Подпись в нижеприведённом посте “Суслик засыпает, просыпается белочка” отсылает аудиторию к этой игре, создает комический эффект, что добавляет положительных штрихов к образу ЧелГУ.

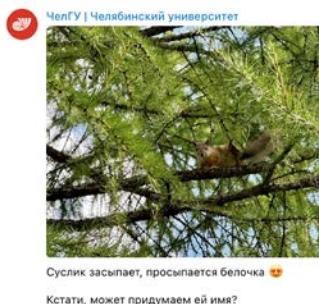


Рисунок 5. Суслик засыпает, просыпается белочка

Таким образом, стоит отметить, что университетский медиадискурс важен в современном мире. В силу своей многоплановости он является одним из главных средств передачи информации и воздействия на читателя. Особой значимостью также является использование логически и стилистически-выверенной лексики и выразительных средств с целью создания положительного образа университета.

Список литературы:

1. Олизько Н.С. Университетский медиадискурс как средство патриотического воспитания молодежи // Виртуальная коммуникация и социальные сети. 2023. Т. 2, № 3(7). С. 111–115. [Oliz'ko, Natalia S. 2023. Universitetskij mediadiskurs kak sredstvo patrioticheskogo vospitaniya molodezhi (University media discourse: towards the problem of patriotic education of youth). *Virtual'naya kommunikaciya i social'nye seti (Virtual communication and social media)*. 111–115.]

2. Пастухова О.Д. Особенности новостного интернет-дискурса сообщества абитуриентов “Поступай в ЧЕЛГУ” в Вконтакте // Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения: Сборник материалов ежегодного 62-го Международного научного форума. В 2-х томах, Санкт-Петербург, 28.06–01.07.2023 года / Отв. редактор А.А. Малышев. Том 2. Санкт-Петербург: ООО “Медиапапир”, 2023. С. 129–130. [Pastuhova, Oxana D. 2023. Osobennosti novostnogo internet-diskursa soobshchestva abiturientov “Postupaj v CHELGU” v Vkontakte (Features of on-line news discourse of the community of entrants “Get into CSU” in Vkontakte) In: A. A. Malishev (eds.). *Media v sovremennom mire. 62-e Peterburgskie chteniya (Media in the modern world. 62-e Peterburgskie chteniya)*. 129–130. Sankt-Peterburg: ООО “Медиапапир”.]
3. Суй Ци. Разговорная лексика в газетном контексте // Учебные записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. 2009. С. 258–260. [Sui Tsi. 2009. Razgovornaya leksika v gazetnom kontekste (Colloquial vocabulary in a newspaper context). *Uchebny`e zapiski Zabajkalskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya, istoriya, vostokovedenie (Educational Notes of Transbaikal State University. Series: Philology, History, Oriental Studies)*. 258–260.]
4. Финогеева А.А. Мультиmodalность в современном университетском интернет-дискурсе // Русский лингвистический бюллетень. 2021. № 4(28). С. 162–165. [Finogeeva, Anna A. 2021. Mul'timodal'nost' v sovremennom universitetskom internet-diskurse (Multimodality in the modern internet discourse). *Russkij lingvisticheskij byulleten' (Russian Linguistic Bulletin)*. 162–165.]

Сведения об авторах:

Кочнева Юлия Евгеньевна, ст. преподаватель,
Челябинский государственный университет, Челябинск,
Россия; email: julia_kochneva@list.ru

Пастухова Оксана Дмитриевна, к. филол. н., доцент,
Челябинский государственный университет, Челябинск,
Россия; email: oksana-galaxy7@mail.ru

Титова Елена Александровна, к. филол. н., доцент,
Челябинский государственный университет, Челябинск,
Россия; email: elena_vendina@list.ru

LINGUISTIC MEANS OF CREATING THE POSITIVE IMAGE OF A HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENT IN TELEGRAM-CHANNELS

Julia E. Kochneva

Senior Lecturer, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia;
email: julia_kochneva@list.ru

Oxana D. Pastukhova

Candidate of Philology, Associate Professor, Chelyabinsk State
University, Chelyabinsk, Russia; email: oksana-galaxy7@mail.ru

Elena A. Titova

Candidate of Philology, Associate Professor, Chelyabinsk State
University, Chelyabinsk, Russia; email: elena_vendina@list.ru

Abstract

University media discourse represents a promising topic for research, as it is subject to constant changes, which opens up opportunities for studying its various aspects. In this article we investigate the linguistic strategies aimed at creating a positive image of the university in its Telegram channels. The analysis of more than 400 posts helped to identify the main linguistic means that contribute to the formation of a positive image of the university. One of the key results of the study was the discovery of the frequent use of colloquial vocabulary. The authors also resort to the use of appeals to the reader, thus involving them in

communication. Stylistic can be found in the posts of the CSU Telegram channel. The verbal texts presented in the universities' Telegram channels can be diverse in their orientation — from simple information transfer to the impact on the addressee. Therefore, our study pays special attention to expressiveness and semantic load, which can be achieved by various linguistic means in the context of university discourse in telegram channels.

Keywords: higher education establishment, linguistic means, positive image, media discourse, telegram-channel.