

Научная статья

УДК 80

<https://doi.org/10.29039/2712-9519-2023-2-99-106>

5.9.8 Теоретическая, прикладная и  
сравнительно-сопоставительная  
лингвистика

## УНИВЕРСИТЕТСКИЙ МЕДИАДИСКУРС: К ПРОБЛЕМЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ

Исследование выполнено при поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2023 г.

**Наталья Сергеевна Олизько**

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

[olizko@yandex.ru](mailto:olizko@yandex.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена изучению университетского медиадискурса в качестве представления о патриотизме как значимой государственной ценности. Социальные сети, каналы и официальные сайты образовательных организаций служат основным источником информации о вузе для студентов, и именно они могут использоваться для укрепления патриотической позиции.

**Ключевые слова:** университетский медиадискурс, социальные сети, прагматика, мультимодальность, патриотизм, патриотическое воспитание

**Для цитирования:** Олизько Н.С. Университетский медиадискурс: к проблеме патриотического воспитания молодежи // Лингвистика и образование. 2023. Том 3. №2. С. 99-106. <https://doi.org/10.29039/2712-9519-2023-2-99-106>

Original article

## UNIVERSITY MEDIA DISCOURSE: TOWARDS THE PROBLEM OF PATRIOTIC EDUCATION OF YOUTH

The research is supported by Advanced Scientific Research Foundation Chelyabinsk State University 2023 г.

**Natalya S. Olizko**

Chelyabinsk state university, Chelyabinsk, Russia

[olizko@yandex.ru](mailto:olizko@yandex.ru)

**Abstract.** The article is devoted to the study of university media discourse as a means of attracting the attention of the younger generation in order to form an objective idea of patriotism as a significant state value. Social networks, channels and official websites of educational institutions serve as the main source of information about the university for students, and they can be used to strengthen the patriotic stance.

**Key words:** university media discourse, social networks, pragmatics, multimodality, patriotism, patriotic education

**For citation:** Olizko N.S. University media discourse: towards the problem of patriotic education of youth, Linguistics & education 2023;2:99-106. <https://doi.org/10.29039/2712-9519-2023-2-99-106>

## Введение

Университетский медиадискурс является эффективным средством воспитания молодого поколения. В эпоху цифровизации новые способы актуализации прагматических возможностей университетского медиадискурса представляют актуальную сферу исследования.

В настоящее время человечество столкнулось с двумя крупнейшими кризисами в истории – кризисом пандемии и геополитическим кризисом, что привело к значительным цифровым ограничениям. Эти ограничения включают в себя блокировку некоторых социальных сетей, таких как Фейсбук и Инстаграм, ограничения на использование Твиттера и Ютуба, невозможность оплатить услуги зарубежных научных и образовательных порталов, исключение университетов и образовательных программ из мировых рейтингов, а также ограничение участия в международных мероприятиях и сокращение офлайн-мобильности.

Университетский медиадискурс, включающий социальные сети, каналы и официальные сайты высшего учебного заведения, является активным средством информирования и воздействия. Как следствие, он обладает огромным потенциалом в вопросе воспитания и формирования патриотической позиции студентов. В настоящее время укрепление патриотической позиции студентов является одним из наиболее актуальных вопросов в свете приоритетного направления образовательной политики государства – патриотического воспитания. Важность привлечения внимания молодежи с целью формирования объективного представления о патриотизме как значимой государственной ценности составляют **актуальность** данного исследования.

Анализ СМИ показывает рост публикаций и репортажей, посвященных патриотическому воспитанию в последнее десятилетие. Однако среди молодежи патриотизм часто воспринимается как искусственное и навязываемое государством явление.

Основными **методами** исследования выступают медиалингвистический метод и метод прагмалингвистического анализа. Медиалингвистический метод

позволяет выявить особенности взаимодействия вербального и невербального (медийного) рядов. Данный метод позволяет описать текст медиапространства относительно устойчивой системы параметров, таких как функционально-жанровый тип, реализуемый канал распространения, тематическая организация информационного сообщения, способ его создания, графическое оформление и т.д. Метод прагмалингвистического анализа помогает установить коммуникативное намерение авторов медиатекста: выявляется прагматически маркированная лексика, посредством которой совершается привлечение внимания и воздействие [1, с. 516].

**Материалом** исследования выступает Телеграм-канал Челябинского государственного университета – «многофункциональный мессенджер, который представляет собой новостную ленту с элементами блога и позволяет обмениваться сообщениями, проводить видеоконференции и работает по подписной модели» [2, с. 222]. На 01.01.2023 у Телеграм-канала Челябинского государственного университета насчитывается около 3600 подписчиков, и канал существует с июня 2020 года.

В 2020 году только одна публикация, посвященная патриотизму и приуроченная к празднованию Дня России, опубликована на канале – это видеопоздравление от ректора Челябинского государственного университета С.В. Таскаева. В 2021 году тема патриотизма не затрагивалась в обсуждениях. Только в 2022 году на канале появляются сообщения патриотической направленности. В феврале опубликован большой пост, посвященный деятельности студенческого патриотического клуба «Я горжусь», который организует патриотические мероприятия, акции и конкурсы. В материале подчеркивается, что объединение способствует формированию у студенческой молодежи патриотического сознания, адекватного восприятия реальности, любви и уважения к Родине, истории, культуре, традициям и праздникам многонационального народа России.

В 2022 году в Телеграм-канале ЧелГУ опубликованы фото и видеоматериалы, демонстрирующие проведение мероприятий, направленных на

укрепление патриотического воспитания студентов. В постах используются вопросительные предложения, предложения в повелительном наклонении и эмодзи, что создает неофициальный стиль общения и призывает молодежь к активным действиям. Юмористический формат подачи информации способствует формированию дружеских отношений с читателями и повышает шанс привлечения студентов на патриотические мероприятия. Одним из таких постов является пост, посвященный роли преподавателей и студентов ЧелГУ в достижении Победы, где упомянута история первого ректора Семена Матушкина, который был удостоен наград за свои боевые заслуги. Кроме того, в канале опубликован видеоматериал, посвященный Дню Победы, снятый студенческим активом и медиacentром ЧелГУ с участием 100 пар студентов, преподавателей и школьников.



«Помнит Вена, помнят Альпы  
и Дунай  
Тот цветущий и поющий яркий  
май».  
Помнит и ЧелГУ: сотрудники,  
студенты и школьники  
закружились в «Вальсе  
Победы».

2,1K 10:48

### **Рисунок 1. Пост «Вальс Победы»**

Флешмоб «Вальс Победы» является эмоциональным патриотическим уроком для молодого поколения, объединяющим несколько поколений (см. Рис. 1). Лексическая единица «помнит», открывающая цитату из музыкального произведения «Майский вальс», образует анафору, подчеркивающую связь поколений. При этом важным фактором оказывается не только выбор языковых

средств, но и визуальный код, такой как заголовки, шрифты, подписи к фото и эмодзи.

В 2023 году в преддверии Дня победы редакция газеты Челябинского государственного университета «Университетская набережная» организует душевную акцию «Военный дневник» – спецвыпуск газеты к 9 мая. Абитуриенты, студенты, выпускники, преподаватели, сотрудники поделились историями и фото своих ветеранов – героев тыла и передовой. Как показывает материал, объединение вербального и невербального элементов способствует укреплению патриотической позиции молодого поколения.

Один из эффективных способов работы вуза в области «патриотического воспитания студентов – организация краеведческой деятельности. Такая деятельность включает в себя поисково-исследовательскую работу, посещение музеев и выставок, проведение краеведческих викторин» [3, с. 77].



Куда отправиться на выходные?  
Историки и краеведы ЧелГУ совместно с Tele2 разработали небанальные маршруты путешествий по Челябинской области с уникальными фактами о локациях.  
Тревел гид – это:  
🗺️ Готовые маршруты по впечатляющим местам Южного Урала.

## Рисунок 2. Пост о маршрутах Южного Урала

Чтобы управлять эмоциями пользователя в цифровом пространстве, необходимо задействовать разные органы чувств. В приведенном примере, повествующем о Челябинской области как уникальном месте для путешествий, активно используются аудиальный, визуальный, текстовый, вербальный и

просодический каналы (см. Рис. 2). Заголовок поста, оформленный в виде вопросительного предложения «Куда отправиться на выходные?», определяет тему сообщения. Кликабельные текстовые ссылки, выделенные синим цветом, расширяют информационное поле сообщения и добавляют аргументированности выбора представленных маршрутов Южного Урала. Видеосообщение детально и красочно описывает данные маршруты.

Следующий пост, посвященный участию студентов Челябинского государственного университета в общегородском мероприятии – фестивале «День защиты людей» (см. Рис. 3), сопровождается видеоматериалом – мастер-классом туристического клуба «Саламандер» по транспортировке раненого. В видеосообщении студенты демонстрируют умения и навыки по спасению пострадавших. Вербальное сообщение акцентирует внимание читателя на важности данного патриотического мероприятия посредством относительного прилагательного «единственный» (вуз) и числительного «второй» (год), подчеркивающих роль ЧелГУ в фестивале «День защиты людей».



😊 Прямо сейчас: наши юристы, психологи и турклуб «Саламандер» на площади Революции на фестивале «День защиты людей».

Единственный вуз среди организаций-участников акции – ЧелГУ второй год присоединяется к спасателям, врачам, пожарным – всем, кто ежедневно спасает жизни.

**Рисунок 3. Пост о фестивале «День защиты людей»**

## **Заключение**

Медиадискурс университета играет важную роль в воспитании гармонично развитой и социально ответственной личности, основанной на духовно-нравственных ценностях, исторических и национально-культурных традициях. Университетские социальные сети, обладая информирующим и воздействующим потенциалом, оказывают значительное влияние на формирование патриотических основ студентов. В Телеграм-канале Челябинского государственного университета привлечение внимания молодежи к вопросу патриотизма достигается благодаря мультимодальности, которая сочетает различные типы информации: вербальную, аудиальную, визуальную. Публикации о патриотизме находят отклик у молодежи за счет компиляции вербальных и невербальных компонентов, таких как мимика, жесты, интонация, движение тела, позы, которые обеспечивают соответствующее прагматическое воздействие. Подводя итог, следует подчеркнуть важность изучения способов оптимизации университетских социальных сетей с целью формирования объективного представления о патриотизме как значимой государственной ценности и необходимости разработки приемов и тактик представления информации для укрепления патриотической позиции студентов.

© Олизько Н.С., 2023

### **Сведения об авторе(ах)**

Олизько Наталья Сергеевна	доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО ЧелГУ, Челябинск olizko@yandex.ru
------------------------------	--

### **Information about author(s)**

Olizko Natalya Sergeevna	doctor of philology, professor, FSBEI HE ChelSU, Chelyabinsk olizko@yandex.ru
-----------------------------	--

### **Список источников**

1. Олизько Н.С. Особенности коммуникации в рамках университетского дискурса. Когнитивные исследования языка, 2023. – №1 (52). – С. 512-520.
2. Финогеева А.А., Олизько Н.С. Мультимодальность университетского медиадискурса. Вестник Челябинского государственного университета, 2022. – № 9 (467). – С. 218-225.
3. Горшкова М.А. Патриотическое воспитание студентов как основа гражданского становления молодежи. Социально-гуманитарные проблемы современности. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований, 2020. – С. 76-78.

4. ПИТИНА С.А., ШКАТОВА Л.А., ГОЛОВАНОВА Е.И., ШЕЛЕСТЮК Е.В., СЕЛЮТИН А.А., БУДЕЙКО В.Э., КОНОВАЛОВА М.В., ЗАБОЛОТНЕВА О.Л., ГОСТЕВА И.В., СВИРКОВИЧ О.В. Лингвокультура университета. – Челябинск: ООО Энциклопедия, 2016. – 212 с.
5. ШКАТОВА Л.А. Дискурс вуза: прагматический аспект. Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Материалы VI Международной научной конференции. – Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета, 2012. – С. 402-404.
6. Голованова Е.И. Переформатирование песенного дискурса в условиях новой реальности. Когнитивные исследования языка, 2023. – №2 (53). – С. 247-253.

### References

1. Olizko N.S. Osobennosti kommunikatsii v ramkakh universitetskogo diskursa [Peculiarities of communication within the university discourse]. Kognitivnye issledovaniia iazyka [Cognitive Studies of Language], 2023. – №1 (52). – Pp. 512-520.
2. Finogeeva A.A., Olizko N.S. Multimodalnost universitetskogo mediadiskursa [The multimodality of university media discourse]. Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2022. – № 9 (467). – Pp. 218-225.
3. Gorshkova M.A. Patrioticheskoe vospitanie studentov kak osnova grazhdanskogo stanovleniia molodezhi [Patriotic education of students as a basis for civil formation of youth]. Sotsialno-gumanitarnye problemy sovremennosti [Socio-humanitarian problems of our time]. Belgorod: ООО Agentstvo perspektivnykh nauchnykh issledovaniy, 2020. – Pp. 76-78.
4. Pitina S.A., Shkatova L.A., Golovanova E.I., Shelestiuk E.V., Seliutin A.A., Budeiko V.E., Konovalova M.V., Zabolotneva O.L., Gosteva I.V., Svirkovich O.V. Lingvokultura universiteta [University Linguoculture]. Cheliabinsk: ООО Entsiklopediia, 2016. – 212 p.
5. Shkatova L.A. Diskurs vuza: pragmaticheskii aspekt [University discourse: pragmatic aspect]. Slovo, vyskazyvanie, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom i kulturologicheskom aspektakh [Word, utterance, and text in cognitive, pragmatic, and cultural aspects]. Materialy VI Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii. Cheliabinsk: Izdatelstvo Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2012. – Pp. 402-404.
6. Golovanova E.I. Pereformatirovanie pesennogo diskursa v usloviakh novoi realnosti [Reformatting Song Discourse in the Context of the New Reality]. Kognitivnye issledovaniia iazyka [Cognitive Studies of Language], 2023. – №2 (53). – Pp. 247-253.