

оригинальная статья

Университетский медиадискурс как средство патриотического воспитания молодежи

Олизко Наталья Сергеевна

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия
olizko@yandex.ru

Поступила в редакцию 27.02.2023. Принята после рецензирования 28.03.2023. Принята в печать 28.03.2023.

Аннотация: Цель – исследовать университетский медиадискурс как средство привлечения внимания молодого поколения, необходимое для формирования объективного представления о патриотизме как значимой государственной ценности. Анализ университетского медиадискурса проводится на материале публикаций в телеграм-канале Челябинского государственного университета за 2020–2022 гг. Основными методами исследования выступают медиалингвистический метод, позволяющий выявить особенности взаимодействия вербального и невербального (медийного) рядов, и метод прагмалингвистического анализа, помогающий установить коммуникативные намерения авторов медиатекстов. Сообщения, представленные в телеграм-канале вуза, отличаются мультимодальностью, обеспечивающей сочетание различных типов информации. Наибольшее прагматическое воздействие прослеживается в постах, соединяющих визуальную, текстовую и аудиальную информацию. Патриотические публикации находят отклик у молодого поколения благодаря компиляции вербальных и невербальных (мимики, жестов, интонации, движения тела, поз) компонентов, обеспечивающих соответствующее прагматическое воздействие.

Ключевые слова: университетский медиадискурс, телеграм-канал, медиалингвистика, прагматика, мультимодальность, патриотизм, патриотическое воспитание

Цитирование: Олизко Н. С. Университетский медиадискурс как средство патриотического воспитания молодежи. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2023. Т. 2. № 3. С. 111–115. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-3-111-115>

full article

University Media Discourse as a Means of Patriotic Education for Young People

Natalia S. Olizko

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia
olizko@yandex.ru

Received 27 Feb 2023. Accepted after peer review 28 Mar 2023. Accepted for publication 28 Mar 2023.

Abstract: Most institutions of higher education have official websites that are represented in social networks and messengers, thus providing students with relevant information. Patriotic education being a state priority, university media can also help to raise patriotism in students and develop an objective view of this state value. This research featured the Telegram channel of the Chelyabinsk State University in 2020–2022. The mediallyingvistic method made it possible to reveal the peculiarities of interaction between verbal and non-verbal sequences while the pragmalingvistic analysis helped to establish the communicative intention of the media text. The messages were multimodal and combined different types of information. The greatest pragmatic impact belonged to the publications that combined visual, textual, and auditory information. Patriotic narrative resonated with the target audience through a compilation of verbal and non-verbal components, such as facial expressions, gestures, intonation, body movement, and postures, that aimed at one and the same pragmatic effect.

Keywords: university media discourse, social media, telegram channel, media linguistics, pragmatics, multimodality, patriotism, patriotic education

Citation: Olizko N. S. University Media Discourse as a Means of Patriotic Education for Young People. *Virtual Communication and Social Networks*, 2023, 2(3): 111–115. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-3-111-115>

Введение

Университетский медиадискурс является эффективным средством воспитания молодого поколения. В эпоху цифровизации новые способы актуализации прагматических возможностей университетского медиадискурса составляют актуальную сферу исследования. В настоящее время мы проживаем два крупнейших в истории человечества кризиса: кризис пандемии COVID-19 и геополитический, результатом которых становятся значительные цифровые ограничения: блокировка Фейсбука и Инстаграма¹; ограничения Твиттера и Ютуба; невозможность оплатить услуги зарубежных научных и образовательных порталов; исключение из мировых рейтингов университетов и образовательных программ; ограничение участия в международных мероприятиях и сокращение офлайн-мобильности.

Форсированная цифровизация – одно из последствий пандемии коронавируса. Эксперты утверждают, что только за первый год пандемии человечество прошло путь в 10 лет цифровизации². К 2023 г. изменение цифрового пространства оказывает значительное влияние на преобразование медиадискурса в целом (см., например, исследование, посвященное изучению лингвокреативных средств социальной рекламы о пандемии [Sotnikova 2022]) и университетского медиадискурса в частности: интерес исследователей сосредотачивается на рассмотрении особенностей вузовского дискурса в социальных сетевых сервисах (например, в социальных сетях ВКонтакте [Кочнева и др. 2022] и Инстаграм [Олишко 2022; Сотникова 2021]), а также на изучении сетевого контента вузов в условиях вышеобозначенных кризисных ситуаций (например, пандемии COVID-19 [Лашова, Кульназарова 2020]).

Университетский медиадискурс, включающий социальные каналы и официальные сайты вузов, выступает активным средством информирования и воздействия и, как следствие, обладает огромным потенциалом в вопросе воспитания и формирования патриотической позиции студентов. В последнее время вопрос укрепления патриотической позиции студентов является одним из наиболее актуальных в России. Патриотическое воспитание выступает

приоритетным направлением образовательной политики государства. «Нормативно-правовая база по патриотическому воспитанию постоянно пополняется и обновляется, что свидетельствует о высокой степени заинтересованности Правительства РФ в разработке данного вопроса» [Васильева 2016: 222]. С 1 января 2021 г. в России стартовал федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан РФ» в рамках национального проекта «Образование».

Поскольку наше эмпирическое исследование начато в 2020 г., при определении целей развития и совершенствования системы патриотического воспитания мы основывались на следующем положении государственной программы «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2016–2020 годы»: «Создание условий для повышения гражданской ответственности за судьбу страны, повышения уровня консолидации общества для решения задач обеспечения национальной безопасности и устойчивого развития Российской Федерации, укрепления чувства сопричастности граждан к великой истории и культуре России, обеспечения преемственности поколений россиян, воспитания гражданина, любящего свою Родину и семью, имеющего активную жизненную позицию». Данная программа опирается на государственные программы 2001–2005, 2006–2010 и 2011–2015 гг., что демонстрирует непрерывность процесса формирования патриотического сознания российских граждан как одного из факторов единения нации. Патриотическое воспитание определяется как «систематическая и целенаправленная деятельность... по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины»³. Актуальным продолжением является государственная программа «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2021–2025 годы».

Анализ материалов патриотической направленности, представленных в СМИ, свидетельствует об увеличении в последнее десятилетие количества публикаций и репортажей, посвященных

¹ Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ. *Meta Platforms, the parent company of Facebook and Instagram, is banned in the Russian Federation as an extremist organization.*

² Топ-менеджер «Яндекса» считает, что пандемия продвинула цифровизацию на 10 лет вперед. *Коронавирус COVID-19. Новости и перспективы.* 09.09.2021. URL: <https://koronavirus.center/news/top-menedzher-yandeksa-schitaet-cto/1149922> (дата обращения: 20.02.2023).

³ О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы». Постановление Правительства РФ № 1493 от 30.12.2015. *СПС КонсультантПлюс.*

патриотическому воспитанию. Однако сам феномен патриотизма до сих пор остается неопределенным и невостребованным в молодежной среде. Более того, частотно представление о патриотизме как о явлении искусственном и навязываемом государством [Семенов 2020: 79], что вызывает протест среди молодежи.

Значительное влияние на формирование, воспитание и развитие личности гражданина на основе духовно-нравственных ценностей оказывает высшая школа. М. А. Горшковой представляется целесообразным осуществление «патриотического воспитания студентов через организацию краеведческой деятельности. Краеведческая деятельность предполагает организацию поисково-исследовательской работы, посещение музеев, выставок, проведение краеведческих викторин» [Горшкова 2020: 77]. Необходимость изучения способов создания духовной основы единения и гармонизации российского общества, а также важность привлечения внимания молодежи с целью формирования объективного представления о патриотизме как значимой государственной ценности составляют актуальность нашего исследования.

Методы и материалы

Основными методами исследования выступают медиалингвистический метод и метод прагмалингвистического анализа. С помощью медиалингвистического метода выявляются 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 коммуникативные намерения авторов медиатекстов: выявляется прагматически маркированная лексика, посредством которой совершается манипуляция.

Исследование проводится на материале телеграм-канала Челябинского государственного университета (ЧелГУ) за 2020–2022 гг. Телеграм определяется нами как «многофункциональный мессенджер для обмена сообщениями, возможностью проведения видеоконференций, работающий

по подписной модели и представляющий собой новостную ленту с элементами блога» [Финогеева, Олизько 2022: 222]. Отметим, что в последние годы в России мощным инструментом продвижения экспортного бренда университета, программ основного и дополнительного образования и прикладных консалтинговых услуг был Фейсбук. На данный момент достойной замены этой площадке, обеспечивающей вирусный охват, не найдено. В качестве альтернативы многие вузы используют Телеграм.

Результаты

Анализ публикаций телеграм-канала ЧелГУ показал, что в 2020 г. патриотизму посвящено два поста: 1) видеопоздравление от ректора университета С. В. Таскаева, приуроченное к празднованию Дня России; 2) публикация о Диктанте Победы. В 2021 г. данную тему затрагивает одна публикация. И только в 2022 г. начинают активно появляться сообщения патриотической направленности. В августе опубликован большой пост, посвященный деятельности студенческого патриотического клуба «Я горжусь», участники которого организуют патриотические мероприятия, акции и конкурсы. В материале подчеркивается: *Объединение способствует формированию у студенческой молодёжи патриотического сознания, адекватного восприятия реальности, любви и уважения к Родине, истории, культуре, традициям, праздникам многонационального народа нашей страны*⁴.

Кроме того, в телеграм-канале ЧелГУ появляются текстовые публикации, фото и видеоматериалы с мероприятий, укрепляющих патриотическое воспитание среди студентов. Пост, посвященный Диктанту Победы, отличается неформальным стилем общения. Вопросительные предложения, глаголы в форме повелительного наклонения (Любишь историю? Попробуй докажи!), а также эмодзи подчеркивают неофициальный стиль общения в рамках телеграм-канала и призывают молодежь к активным действиям⁵.

Отличительной чертой канала является использование юмористических высказываний в публикациях. Данный способ подачи информации способствует формированию теплых и дружеских отношений с читателем, что повышает шанс привлечения студентов на патриотические мероприятия. Например, в публикации, приуроченной к годовщине Победы

⁴ ЧелГУ | Челябинский университет – Telegram. 16.08.2022. URL: <https://t.me/csu76/1776> (дата обращения: 20.02.2023).

⁵ ЧелГУ | Челябинский университет – Telegram. 31.08.2022. URL: <https://t.me/csu76/1806> (дата обращения: 20.02.2023).

в Великой Отечественной войне, автор использует шуточный формат общения с аудиторией: фото ректора с оружием в руках сопровождается фразой *Теперь понятно, почему физики не пропускают пары Таскаева* (С. В. Таскаев преподает на физическом факультете ЧелГУ)⁶.

Отдельного внимания заслуживает пост о преподавателях и студентах, внесших вклад в Победу. Ректор С. В. Таскаев отмечает: *Среди фронтовиков ЧелГУ, кто в полной мере испытал все тяготы войны, был и первый ректор Семен Матушкин. Данный пост подчеркивает важность преемственности традиций и призывает студентов к единению*⁷.

Особо следует отметить видеоматериал, посвященный Дню Победы. Благодаря усилиям студенческого актива и медиацентра ЧелГУ снят ролик с участием 100 пар студентов, преподавателей и школьников. Флешмоб «Вальс Победы» объединяет несколько поколений и в эмоциональной форме преподносит практический патриотический урок молодому поколению (рис. 1⁸). Как показывает эта публикация, важным оказывается не только отбор языковых средств, но и визуальный код – подпись к фото.

Пытаясь апеллировать исключительно к разуму молодого поколения, мы рискуем вообще не привлечь его внимание. Чтобы управлять эмоциями пользователя в цифровом пространстве, необходимо задействовать разные органы чувств. Например,



Рис. 1. Пост о «Вальсе Победы»
Fig. 1. Post about Victory Waltz

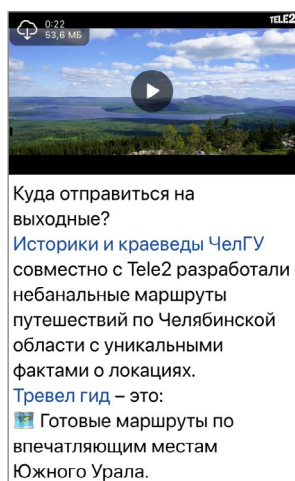


Рис. 2. Пост о маршрутах Южного Урала
Fig. 2. Post about touristic routes in the Southern Urals

в посте, повествующем о Челябинской области как уникальном месте для путешествий, активно используются аудиальный, визуальный, текстовый, вербальный и просодический каналы (рис. 2⁹).

Заключение

Университетский медиадискурс играет важную роль в воспитании (на основе духовно-нравственных ценностей, исторических и национально-культурных традиций) гармонично развитой и социально ответственной личности. Университетские социальные сети, демонстрируя информирующий и воздействующий потенциал, оказывают значительное влияние на формирование патриотических основ студентов. Привлечение внимания молодежи к вопросу патриотизма в телеграм-канале ЧелГУ достигается благодаря категории мультимодальности, обеспечивающей сочетание различных типов информации: вербальной, аудиальной, визуальной. Кроме того, патриотические публикации компилируют вербальные и невербальные компоненты, такие как мимика, жесты, интонация, движение тела, позы, обеспечивающие соответствующее прагматическое воздействие.

Перспективы исследования связаны с необходимостью, во-первых, дальнейшего изучения способов оптимизации университетских социальных сетей с целью формирования объективного представления о патриотизме как значимой государственной ценности и, во-вторых, разработки приемов и тактик представления информации для укрепления патриотической позиции студентов.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Финансирование: Исследование выполнено при поддержке Фонда перспективных научных исследований Челябинского государственного университета 2023 г.

Funding: The research was supported by the Foundation for Advanced Scientific Research of the Chelyabinsk State University 2023.

⁶ ЧелГУ | Челябинский университет – Telegram. 30.04.2021. URL: <https://t.me/csu76/703?single> (дата обращения: 30.04.2021).

⁷ ЧелГУ | Челябинский университет – Telegram. 08.05.2022. URL: <https://t.me/csu76/1461> (дата обращения: 20.02.2023).

⁸ ЧелГУ | Челябинский университет – Telegram. 06.05.2022. URL: <https://t.me/csu76/1460> (дата обращения: 20.02.2023).

⁹ ЧелГУ | Челябинский университет – Telegram. 20.07.2022. URL: <https://t.me/csu76/1702> (дата обращения: 20.02.2023).

Литература / References

- Васильева Н. Б. Патриотическое воспитание студентов в вузах России. *Проблемы современной науки и образования*. 2016. № 5. С. 221–226. [Vasileva N. B. Patriotic education of students in Russian Universities. *Problemy sovremennoy nauki i obrazovaniya*, 2016, (5): 221–226. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/vrbxlv>
- Горшкова М. А. Патриотическое воспитание студентов как основа гражданского становления молодежи. *Социально-гуманитарные проблемы современности: Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 24 апреля 2020 г.)* Белгород: АПНИ, 2020. С. 76–78. [Gorshkova M. A. Patriotic education of students as the basis of civil formation of youth. *Socio-humanitarian problems of our time: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Belgorod 24 Apr 2020*. Belgorod: APNI, 2020, 76–78. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/bvlvve>
- Кочнева Ю. Е., Пастухова О. Д., Титова Е. А. Особенности сообщества «Абитуриенты ФЛИП ЧелГУ» факультета лингвистики и перевода Челябинского государственного университета в социальной сети «ВКонтакте». *Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: XI Междунар. науч. конф. (Челябинск, 7–9 апреля 2022 г.)* Челябинск: ЧелГУ, 2022. Ч. 1. С. 55–59. [Kochneva Yu. E., Pastukhova O. D., Titova E. A. Peculiarities of the community "School Graduates FLIP CSU" of the Faculty of Linguistics and Translation at Chelyabinsk State University in the social network "VKontakte". *Word, utterance, text: cognitive, pragmatic and cultural aspects: Proc. XI Intern. Sci. Conf., Chelyabinsk, 7–9 Apr 2022*. Chelyabinsk: ChelSU, 2022, pt. 1, 55–59. (In Russ.)] https://doi.org/10.47475/9785727118047_55
- Лашова А. А., Кульназарова А. В. Сравнительный анализ контента высших учебных заведений в социальных сетях в условиях пандемии COVID-19. *Вест. Гуманит. факультета Санкт-Петерб. гос. ун-та телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича*. 2020. № 12. С. 79–84. [Lashova A. A., Kulnazarova A. V. Comparative analysis of the content of higher education institutions in social networks in the context of the COVID-19 pandemic. *Vest. Gumanit. fakulteta Sankt-Peterb. gos. un-ta telekommunikatsiy im. prof. M. A. Bonch-Bruevicha*, 2020, (12): 79–84. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/ewkhwo>
- Олизько Н. С. Университетский массмедийный дискурс. *Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: XI Междунар. науч. конф. (Челябинск, 7–9 апреля 2022 г.)* Челябинск: ЧелГУ, 2022. Ч. 1. С. 87–89. [Olizko N. S. University massmedia discourse. *Word, utterance, text: cognitive, pragmatic and cultural aspects: Proc. XI Intern. Sci. Conf., Chelyabinsk, 7–9 Apr 2022*. Chelyabinsk: ChelSU, 2022, pt. 1, 87–89. (In Russ.)] https://doi.org/10.47475/9785727118047_87
- Семенов А. А. Социальные сети как инструмент патриотического воспитания молодежи. *Молодежная политика: состояние, проблемы, перспективы: заоч. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 31 августа 2020 г.)* СПб.: ДМСРПб, 2020. С. 79–84. [Semenov A. A. Social networks as a tool of patriotic education of youth. *Youth policy: state, problems, and prospects: Proc. Correspondence Sci.-Prac. Conf., St. Petersburg, 31 Aug 2020*. St. Petersburg: DMSPb, 2020, 79–84. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/vdmflh>
- Сотникова Е. С. Лингвокреативный контент университетского медиадискурса и использование социальных сетей в преподавании иностранных языков. *Актуальные проблемы изучения и преподавания филологических дисциплин в школе и вузе: Всерос. науч.-практ. конф. (Нижний Тагил, 28 января 2021 г.)* М.: Мир науки, 2021. С. 67–71. [Sotnikova E. S. Linguocreative content of university media discourse and the use of social networks in foreign language teaching. *Actual problems of studying and teaching philological disciplines at school and university: Proc. All-Russian Sci.-Prac. Conf., Nizhny Tagil, 28 Jan 2021*. Moscow: Mir nauki, 2021, 67–71. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/bhwdee>
- Финогеева А. А., Олизько Н. С. Мультиmodalность университетского медиадискурса. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2022. № 9. С. 218–225. [Finogeeva A. A., Olizko N. S. The multimodality of university media discourse. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2022, (9): 218–225. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/1994-2796-2022-10928>
- Sotnikova E. S. Creative linguistic means in Covid-19 public advertising discourse. *Word, utterance, text: cognitive, pragmatic and cultural aspects: Proc. XI Intern. Sci. Conf., Chelyabinsk, 7–9 Apr 2022*. Chelyabinsk: ChelSU, 2022, pt. 1, 107–110. https://doi.org/10.47475/9785727118047_107