Оксана Дмитриевна Пастухова

Челябинский государственный университет

oksana-galaxy7@mail.ru

**Особенности новостного интернет-дискурса сообщества абитуриентов «Поступай в ЧелГУ» в ВКонтакте**

Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» 2023 г.

Статья посвящена изучению новостного интернет-дискурса сообщества абитуриентов «Поступай в ЧелГУ» в ВКонтакте. Цель исследования – выявить тематическую и лексическую наполняемость новостных постов в сообществе социальной сети вуза. Результатом исследования стали выявленные тематические группы и частотные слова и фразы в данных постах.

Ключевые слова: вуз, абитуриент, ЧелГУ, интернет-дискурс.

В современном мире интернет-дискурс играет важную роль, так как помогает людям оставаться на связи со всем миром и моментально получать актуальную информацию. Интернет-дискурс в университетском медиапространстве также является неотъемлемой частью современной жизни не только студентов и сотрудников вуза, но также и абитуриентов, родителей и любых потребителей информации, которые интересуются актуальными новостными сюжетами.

Университетский дискурс является понятием, которое привлекало, привлекает и будет привлекать внимание лингвистов. Это понятие многогранно, так как современный университетский дискурс включает в себя не только общение преподавателя и студента, работодателя и преподавателя, но также общение за пределами университета.

Изучением университетского дискурса занимались и занимаются такие лингвисты как В. В. Максимов, Е. В. Найдён, А. Н. Серебренникова, Н. С. Олизько и др. В. В. Максимов, Е. В. Найдён, А. Н. Серебренникова пишут о том, что явление университетского дискурса обычно появляется и существует на пересечении таких первичных дискурсов как научный, образовательный, административный, управленческий и другие [1: 203]. Н. С. Олизько пишет о том, что целью использования социальных сетей университетского дискурса является не только общение, но также и привлечение внимания к актуальным проблемам образовательной сферы [2: 88]. Также и сообщество для абитуриентов Челябинского государственного университета ставит целью привлечь абитуриентов и создать благоприятный имидж в их глазах.

Данное исследование посвящено проблеме новостного интернет-дискурса сообщества абитуриентов «Поступай в ЧелГУ» в социальной сети ВКонтакте. Ранее было проведено исследование официального сайта Челябинского государственного университета, в котором были выявлены тематические особенности новостных сюжетов, представленных на официальном сайте ЧелГУ. Было установлено, что такие темы, как студент и студенческая жизнь, являются наиболее частотными, а слова, которые характеризуют данную тематическую группу – это слова «университет», «ЧелГУ» и «студент».

В данной статье материалом исследования послужили 300 новостных постов сообщества абитуриентов «Поступай в ЧелГУ» в социальной сети ВКонтакте, которые были отобраны методом сплошной выборки за период с 2021 по 2023 гг. Так как сообщество посвящено и направлено на информирование абитуриентов о событиях, происходящих в стенах вуза, то основными и самыми частотными темами являются новости вуза и события вуза (как прошедшие, так и предстоящие). В данных тематических группах были выделены определенные опорные слова и фразы. Для проведение статистического анализа употребления наиболее частотных слов и фраз была использована программа TextusPro. Она автоматически выделила следующие ключевые слова, которые были использованы в новостных сюжетах, представленных в сообществе абитуриентов «Поступай в ЧелГУ»: ЧелГУ (267 повторов), показать (130 повторов), факультет (128 повторов), регистрация (97 повторов), день открытых дверей (68 повторов), мастер-класс (45 повторов) и приглашает (43 повтора).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в зависимости от цели того или иного интернет-пространства различаются его информационная и лексическая наполняемость. Однако стоит отметить, что основной целью существования университетского новостного интернет-дискурса является взаимодействие университета в лице его представителей и студентов или абитуриентов.

Литература

1. Максимов В. В., Найдён Е. В., Серебренникова А. Н. Концептуальное ядро университетского дискурса // Известия Томского политехн. ун-та. 2010. Т. 317. № 6. С. 199–203.
2. Олизько Н. С. Университетский массмедийный дискурс // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Челябинск, 2022. Ч. 1. С. 87–89.