

большую вариацию значений, что делает его интерпретацию затруднительной при отсутствии контекста, предоставляющего дополнительную информацию для сужения значения.

1. Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы : доклады советской делегации на VI конгрессе МАПРЯЛ ; редкол.: В.Г. Костомаров. – Москва, 1996. – 276 с.

2. Багаева, Д.В., Гудков Д.Б., Захаренко И.В., Красных В.В., Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации / Д.В. Багаева, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, В.В. Красных // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – М. : Изд-во Моск. ун-та. – 1997. – № 3. – С. 62–85.

3. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации: учебник / Д.Б. Гудков. – М. : Гнозис, 2003. – 286 с.

4. Словарь литературоведческих терминов / сост.: С.В. Тураев, З.В. Михайлова ; под общ. ред. Л.И. Тимофеева. – М. : «Просвещение», 1974. – 531 с.

5. Баньян Джон, Путешествие Пилигрима : перевод с английского / Дж. Баньян. – «Свет на Востоке», 1991. – 271 с.

6. Orr, J. International Standard Bible Encyclopedia / edit. John Nuelsen, Edgar Mullins, Morris Evans, Melvin Grove Kyle. – URL: <https://www.internationalstandardbible.com/> (дата обращения: 17.01.2025).

7. Bunyan, J. The Pilgrim's Progress from this world to that which is to come: Delivered Under the Similitude of a DREAM. – Québec, 2013. – 293 p.

8. Библия. Книги Священного писания Ветхого и Нового Завета : канонические. Новый русский перевод. – URL: <https://bible/by/nrt/> (дата обращения: 18.01.2025).

9. Библия. Книги Священного писания Ветхого и Нового Завета : канонические. Синодальный перевод. – URL: <https://bible/by/syn> (дата обращения: 18.01.2025).

## **ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО КОРПОРАТИВНОГО МЕДИАДИСКУРСА УО «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА»**

***Шалапухо А.Я.,***

*студентка 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Алейникова О.С., ст. преподаватель*

Ключевые слова: лингвопрагматика, медиадискурс, коммуникация, социальные медиа, языковые средства.

В современном информационном обществе медиадискурс играет ключевую роль в формировании имиджа и репутации образовательных учреждений. *Актуальность* исследования лингвопрагматических особенностей корпоративного медиадискурса ВГУ имени П.М. Машерова обусловлена необходимостью глубокого понимания динамики коммуникации в условиях быстро меняющейся медийной среды и выявления эффектив-

ных стратегий информационно-коммуникационной деятельности учреждения образования.

*Цель* исследования заключается в комплексном анализе лингвопрагматических особенностей корпоративного медиадискурса ВГУ имени П.М. Машерова.

**Материал и методы.** Материалом проведенного исследования послужили публикации на мультимедийных ресурсах ВГУ имени П.М. Машерова: на сайте, в онлайн-газете, сетях Инстаграм и Телеграм (всего около 50 единиц). Были использованы такие методы, как описательный метод, метод контент-анализа и классификации.

**Результаты и их обсуждение.** Для достижения поставленной цели исследования важно рассмотреть понятия лингвопрагматики и медиадискурса, выявив их значимость для образовательной среды, а также проанализировать цели и задачи информационно-коммуникационной деятельности университета.

*Лингвопрагматика*, как область лингвистики, изучает процесс использования языка в общении, а также рассматривает прагматические аспекты этого процесса. Лингвопрагматика рассматривает несколько ключевых элементов дискурса:

- контекст, который учитывает влияние физического, культурного и социального окружения на понимание сообщений;
- индивидуальные намерения говорящего, такие как, например, просьбы или утверждения;
- речевые акты, представляющие собой единицы общения с определенными функциями, например, вопросами или приказами;
- речевые модели, которые помогают поддерживать социальные отношения и осуществлять эффективную коммуникацию [1].

Лингвопрагматика позволяет разрабатывать эффективные стратегии коммуникации, способствует анализу медийного содержания и формированию общественного мнения, а также помогает выявлять межкультурные различия в использовании языка.

Применение лингвопрагматики охватывает различные сферы. В образовании лингвопрагматика помогает улучшить взаимодействие различных социальных групп как внутри, так и за пределами учебного заведения.

*Медиадискурс* представляет собой совокупность высказываний, представленных в различных медийных форматах, таких как печатные и электронные средства массовой информации, телевидение, радио, социальные сети и интернет-платформы [2].

К основным функциям медиадискурса относятся информационная и воздействующая функции, благодаря которым медиадискурс приобретает такие характеристики, как информативность и суггестивность [3, с. 13]. Помимо этого, медиадискурс отражает и формирует общественное мнение, культуру и социальные нормы.

Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова», осознавая важность медиадискурса в современном информационном поле, ставит перед собой ряд задач в медийном пространстве:

1) создание положительного корпоративного медийного имиджа как неотъемлемого элемента информационно-коммуникационной деятельности учреждения образования;

2) развитие медиаграмотности студентов: формирование навыков критического восприятия информации, распознавания манипуляторных стратегий, выявления правдивой и ложной информации и др.;

3) формирование у студентов активной гражданской позиции, побуждение их к участию в обсуждениях по актуальным социальным и политическим вопросам;

4) развитие у студентов коммуникативных навыков, креативного мышления и навыков работы в команде посредством участия в создании университетских медиапроектов;

5) привлечение абитуриентов посредством установления с ними прямой онлайн-коммуникации.

Кроме того, медиадискурс учебного заведения является актуальным объектом лингвистических и коммуникационных исследований, которые могут проводить студенты в рамках своей исследовательской деятельности.

В современном мире существует множество платформ, каждая из которых обладает уникальными лингвистическими и прагматическими характеристиками, способствующими созданию корпоративного медиадискурса. Рассмотрим основные платформы, которые ВГУ имени П.М. Машерова использует в качестве информационных ресурсов: официальный сайт вуза, онлайн-газета, социальные платформы Инстаграм и Телеграм. Выявим особенности каждого из обозначенных ресурсов.

1. *Сайт*. Сайт является основным источником информации, предоставляющим пользователям структурированные данные. Он позволяет размещать статьи, новости, исследования и другие материалы, что делает данную платформу официальным информационным ресурсом учреждения образования. Сайт характеризуется наличием навигационного меню – элемента, который помогает пользователям быстро находить нужную информацию и упрощает доступ к контенту. В интерфейсе сайта также есть кнопка «Читать далее», которая стимулирует пользователей к взаимодействию с более обширным объемом информации.

2. *Платформа Телеграм*. Телеграм представляет собой платформу для мгновенных сообщений, позволяющую создавать группы и каналы. Эта платформа характеризуется высоким уровнем конфиденциальности и безопасности, что делает ее подходящей для оперативного общения и распространения важной информации. Характерной чертой сообщений в Теле-

граме является наличие хэштегов (#), которые используются для категоризации сообщений и упрощения поиска актуальной информации.

3. *Платформа Инстаграм.* Инстаграм – это платформа представления информации не только в текстовом, но и аудиовизуальном формате. Отличительной характеристикой сети Инстаграм является использование хэштегов и геолокации, а также обеспечение интерактивности, т.е. взаимодействия с целевой аудиторией посредством лайков (выражения одобрения), комментариев и репостов. Хэштеги, такие, например, как #вгумашерова, помогают категоризировать информационный контент и создавать сообщества пользователей, заинтересованных той или иной информацией.

4. *Онлайн-газета.* Онлайн-газета представляет собой формат, близкий к традиционным печатным изданиям, но доступный в сети Интернет. Информация в онлайн-газете ВГУ имени П.М. Машерова структурирована по рубрикам и разделам (новости, аналитика, интервью), что обеспечивает пользователю более глубокий анализ событий и тем. Отличительной особенностью онлайн-газеты ВГУ имени П.М. Машерова являются броские заголовки статей, которые привлекают внимание целевой аудитории, побуждают изучать предлагаемую информацию. Нередким элементом публикаций в онлайн-газете университета являются непосредственные цитаты представителей администрации вуза, студенческого сообщества, профессорско-преподавательского состава, в которых подчеркивается их мнение по актуальным событиям не только в жизни университета, но и страны.

Анализ медиадискурса ВГУ имени П.М. Машерова через призму различных медиа-платформ демонстрирует уникальные особенности корпоративного информационного пространства университета, которые играют ключевую роль в осуществлении эффективной коммуникации с целевой аудиторией. Сайты предоставляют структурированный доступ ко множеству направлений деятельности вуза. Социальные платформы Инстаграм и Телеграм обеспечивают оперативное освещение ключевых событий, способствуют открытому взаимодействию с целевой аудиторией, представляют информацию в яркой, визуальной форме. В онлайн-газете зачатую представлен анализ прошедших событий, а также предлагаются к обсуждению актуальные темы и проблемы.

**Заключение.** В ходе исследования лингвопрагматических особенностей корпоративного информационного пространства ВГУ имени П.М. Машерова была выявлена значимость медиадискурса как инструмента формирования имиджа и репутации образовательного учреждения. Понимание лингвопрагматических аспектов коммуникации позволяет более эффективно взаимодействовать с различными целевыми группами, включая студентов, преподавателей, абитуриентов, родителей и общественность в целом. Рекомендации, основанные на результатах проведенного исследования, могут быть полезны для дальнейшего развития информационного

имиджа университета, а также повышения его конкурентоспособности в современном медиапространстве Республики Беларусь.

1. Маслова, В.А. Код языка как пространство реализации культуры / В.А. Маслова. – Текст : электронный // Репозиторий ВГУ имени П.М. Машерова. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/36411> (дата обращения: 10.01.2025). – Электрон. версия ст. из: Коммуникативные стратегии : материалы 11 Междунар. науч. конф., Минск, 24 ноября 2021 г. – Минск : МГЛУ, 2022. – С. 99–102.

2. Костючков, А.Н. Интернет как средство PR коммуникаций в сфере высшего образования / А.Н. Костючков. – Текст : электронный // Репозиторий ВГУ имени П.М. Машерова. – URL: <https://rep.vsu.by/bitstream/123456789/13473/1/20-22.pdf> (дата обращения: 06.01.2025). – Электрон. версия ст. из: Наука – образованию, производству, экономике : материалы XVI(63) Региональной научно-практической конференции преподавателей, научных сотрудников и аспирантов, Витебск, 16–17 марта 2011 г. : [сб. статей]. – Витебск, 2011. – Т. 2. – С. 20–22.

3. Сажина, Е.В. Медиакурс в современной лингвистической пара-дигме: сравнительно-сопоставительный аспект / Е.В. Сажина [и др.]; под общ. ред. Е.В. Сажиной ; Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2021. – 165 с.

## **СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «ВОДА» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

*Шамаль Е.Н., Высоцкая К.А.,*

*студенты 1 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Шевелева А.В., преподаватель*

Ключевые слова: фразеологические единицы, лингвокультурология, семантическое поле, культурные смыслы.

Сформировавшаяся на рубеже XX–XXI веков междисциплинарная область лингвокультурология обращает особое внимание на содержащиеся в некоторых единицах языка культурные смыслы, «являющиеся тем звеном, которое служит посредником между языком и культурой» [1, с. 19], что обусловило выдвижение в число *актуальных* проблем языкознания выявление и анализ элементов такого рода. К числу таких элементов относятся фразеологические единицы, отражающие как духовные, так и материальные аспекты языковой картины мира конкретного народа.

*Целью* исследования является анализ и выявление семантических особенностей фразеологических единиц английского языка, содержащих в своем составе компонент «вода» с последующей тематической классификацией полученных результатов.

**Материал и методы.** Материалом для исследования послужили 44 фразеологические единицы, собранные методом сплошной выборки из Оксфордского словаря под редакцией Дж. Зифринга. Цель работы обу-