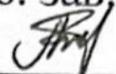


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 45.04.01 – Филология
Направленность (профиль) образовательной программы Русский язык в
межкультурной коммуникации

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

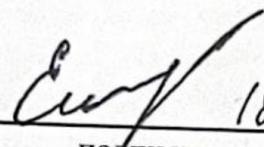
 А.В. Блохинская

« 24 » 06 2025 г.

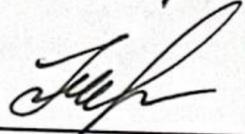
МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Языковые средства и коммуникативные стратегии формирования
положительного имиджа региона

Исполнитель
студент группы 397-ом1

 18.06.25 Е.А. Заяц
подпись, дата

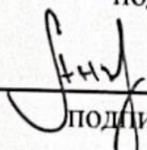
Руководитель
доцент, канд. филол. наук

 18.06.25 Н.Г. Архипова
подпись, дата

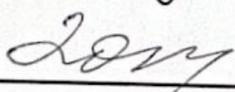
Руководитель научного
содержания программы
магистратуры

 19.06.25 Г.М. Старыгина
подпись, дата

Нормоконтроль

 19.06.2025 А.Г. Сайфулина
подпись, дата

Рецензент

 20.06.25 Т.Ю. Ма
подпись, дата

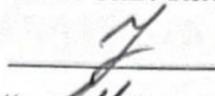
Благовещенск 2025

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

 Е.Г. Иващенко
« 24 » 10 2024 г.

ЗАДАНИЕ

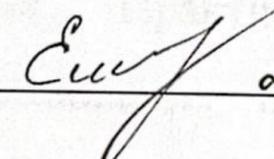
К выпускной квалификационной работе студента Заяц Екатерины Алексеевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Языковые средства и коммуникативные стратегии формирования положительного имиджа региона

(утверждена приказом от 28.05.2025 № 1354-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 18.06.2025
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: лексика, интернет-коммуникация, функции языковой коммуникации, специфика языка телеграм
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Языковое средство с точки зрения прагматического потенциала 2. Лингвистические особенности текстов телеграм-канала Правительства Амурской области
5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) рисунки, Приложение «Тексты постов телеграм-канала Правительства Амурской области».
6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) не предусмотрено
7. Дата выдачи задания 24.10.2024

Руководитель выпускной квалификационной работы: Архипова Нина Геннадьевна, кандидат филологических наук, доцент

Задание принял к исполнению (дата):  24.10.2024 Е.А. Заяц

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 72 с., 8 рисунков, 100 источников, приложение.

ЛЕКСИКА, ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ, ФУНКЦИИ ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА ТЕЛЕГРАМ

Цель данной магистерской работы – проанализировать коммуникативные стратегии и языковые приемы, используемые в телеграм-канале Амурской области. Специфика телеграм-каналов как медиаплатформы требует особого подхода к изложению информации, где каждое слово способно влиять на восприятие аудитории. Разбор конкретных постов даст возможность оценить эффективность использованных языковых средств и их вклад в формирование имиджа Амурской области.

Объектом исследования являются лексические единицы, используемые в официальных постах телеграм-канала, их функциональная нагрузка.

Актуальность темы магистерской работы обусловлена важным интересом к языку, а изучение языковых особенностей текстов телеграм-каналов позволяет расширить наше понимание функционирования языка в цифровом пространстве.

Теоретическая значимость исследования заключается в возможности расширения представлений о современном языковом разнообразии в интернет-коммуникации, и определении специфических особенностей языка коммуникации в телеграм-каналах. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов для создания эффективных стратегий формирования положительного имиджа Амурской области и управления контентом.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Языковое средство с точки зрения прагматического потенциала	8
1.1 Понятие о структурной организации языка	8
1.2 Лексика современного русского языка с точки зрения сферы употребления	11
1.3 Прямое и переносное значение слов	14
1.4 Социокультурные факторы формирования лексики	18
1.5 Развитие современного русского языка в интернет–пространстве	20
1.5.1 Социальные сети как лингвистическое явление	23
1.5.2 Лингвистические особенности дискурса телеграм-каналов	25
2 Особенности лексики телеграм-канала Правительства Амурской области	28
2.1 Структура текста поста телеграм-канала Правительства Амурской области	32
2.2 Понятие коммуникативной стратегии, формирование положительного имиджа Амурской области через телеграм-канал	35
2.3 Языковые средства формирования положительного имиджа региона на основе телеграм-канала	35
2.3.1 Лексические средства в текстах телеграм-канала Правительства Амурской области	42
2.3.2 Стилистические средства в текстах телеграм-канала Правительства Амурской области	49
2.3.3 Грамматические средства в текстах телеграм-канала Правительства Амурской области	53
Заключение	61
Библиографический список	63
Приложение	73

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире значение лингвистических средств в формировании общественного мнения и имиджа территорий нельзя переоценить. С появлением интернет-платформ и социальных сетей роль текстовых сообщений становится все более значимой. Амурская область, используя современные информационные каналы, в том числе телеграм-каналы, активно работает над созданием положительного образа в глазах жителей и гостей региона. Исследование языковых средств, применяемых в этой деятельности, поможет понять, как тексты влияют на формирование положительного имиджа региона.

Создание положительного образа региона через телеграм-канал – это сложная многосторонняя задача, требующая применения разнообразных лингвистических подходов. В этом контексте, выбор слов, стиль изложения, эмоциональная окраска текстов играют не последнюю роль. Использование оптимистичного тона, акцент на достижениях и успехах Амурской области, применение языковых средств, создающих образ теплоты и гостеприимства, – все это направлено на формирование у читателей положительных ассоциаций и эмоций относительно региона.

Новизна данной работы заключается в выделении ключевой коммуникативной стратегии, на основе которой проведен анализ языковых средств, применяемых в официальных текстах телеграм-канала Правительства Амурской области. Кроме того, разработаны практические рекомендации по использованию этих языковых средств при создании текстов для телеграм-каналов.

Цель данной магистерской работы – проанализировать коммуникативные стратегии и языковые средства, используемые в телеграм-канале Амурской области. Специфика телеграм-каналов как медиаплатформы требует особого подхода к изложению информации, где каждое слово способно влиять на восприятие аудитории. Разбор конкретных примеров даст возможность

оценить эффективность использованных лингвистических средств и их вклад в формирование имиджа Амурской области.

Задачи исследования:

- определить понятие, специфику, особенности интернет–коммуникации;
- охарактеризовать особенности текстов в телеграм-каналах;
- выявить коммуникативные стратегии и языковые особенности формирования положительного имиджа Амурской области через телеграм-канал;
- охарактеризовать коммуникативные стратегии и языковые особенности текстов телеграм-канала Правительства Амурской области;

Предметом исследования являются языковые средства и коммуникативная стратегия, используемые в официальных текстах телеграм-канала Правительства Приамурья.

Объектом исследования являются официальные тексты, опубликованные в телеграм-канале Правительства Амурской области, которые влияют на формирование положительного имиджа региона.

Материалом исследования послужили официальные посты телеграм-канала Правительства Амурской области, включающие вербальные и невербальные средства коммуникации, собранные за период с 2023 по 2025 гг.

Источником стал телеграм-канал Правительства Амурской области.

Методы, использованные при написании выпускной квалификационной работы:

- общенаучные методы: анализ, сравнение и интерпретация;
- лингвистические методы: метод сплошной выборки языкового материала, описательно–аналитический метод, представленный такими приёмами, как сбор и изучение, обработка, и классификация материала по семантическим группам и на основе словообразовательных моделей.

Теоретическая значимость исследования заключается в возможности расширения представлений о современном языковом разнообразии в интернет-

коммуникации, и определении специфических особенностей языка коммуникации в телеграм-каналах.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов для создания эффективных стратегий формирования положительного имиджа Амурской области и управления контентом.

Итоговые выводы позволяют сделать предположения о возможных тенденциях развития языковых особенностей в текстах телеграм-канала Правительства Приамурья и выделить основные характеристики текстов данного канала.

Работа прошла апробацию в форме научного доклада на конференции:

XV Кирилло–Мефодиевские чтения с международным участием. Благовещенск: АмГУ. 12 декабря 2024 г.

По теме исследования имеются научные публикации:

Заяц, Е. А. Лингвистические средства формирования положительного имиджа региона на основе телеграм-канала / Е. А. Заяц // *Фундаментальная и прикладная наука: состояние и тенденции развития* : сборник статей I Международной научно–практической конференции, – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2025. – С. 77–81.

Заяц, Е. А. Характеристика текстов телеграм-каналов / Е. А. Заяц // *Теория и практика современных научных исследований* : сборник статей Международной научно–практической конференции, – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» , 2025. – С. 235–239.

Заяц, Е. А. Лингвистические средства формирования положительного имиджа региона на основе телеграм-канала // *Молодёжь XXI века: шаг в будущее. Материалы XXVI региональной научно-практической конференции.* – Благовещенск: БГПУ

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, теоретической и практической глав, заключения, библиографического списка.

1 ЯЗЫКОВОЕ СРЕДСТВО С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

1.1 Понятие о структурной организации языка

Большинство лингвистов, говоря о языке как уникальной системе мира, наряду с понятием системы, вводят понятие структуры, обозначая этим термином весьма важную сторону системных отношений единиц и их разрядов¹. Термин структура, обозначает более абстрагированное понятие, выделяя отвлеченную сторону системной организации единиц, а именно: совокупность связей и отношений, которая организует элементы системы². Такое понимание структуры разделяется многими лингвистами, оно принято и современными толковыми словарями, например «Структура – взаиморасположение и связь частей чего–либо, строение»³. Язык представляет собой иерархию единиц, объединённых по выполняемым функциям в уровни, каждый из которых является базой для образования единиц других, более высоких уровней. Уровни представляют собой основные компоненты структурной организации языка⁴. Выделяют четыре базовых уровня:

- фонетический. Основной единицей является фонема/звук;
- морфемный. Базовая единица – морфема, представляющая собой минимальную значащую часть слова и выполняющая ряд функций;
- синтаксический. Рассматривает словосочетания как структурные единицы предложений и собственно предложения как основу коммуникации;
- лексический. В центре находится слово как носитель словарного значения (смысла).

Слово в языке служит для обозначения конкретных предметов, признаков предметов, действий, признаков действий, количества. Оно является ключевой значимой языковой единицей. В.В. Виноградов справедливо подчеркивал, что

¹ Гречко В.А. Теория языкознания: Учеб. пособие. М., 2003. С. 68.

² Там же.

³ Словарь русского языка/Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1984. С. 292.

⁴ Гречко В.А. Теория языкознания: Учеб. пособие. М., 2003. С. 78.

слово является фокусом взаимодействия фонетических, грамматических, семантических, словообразовательных и иных факторов. Различными своими элементами или сторонами оно входит во все названные уровни языка; иными словами, слово имеет отношение ко всем единицам других уровней языка. Как носитель лексического значения слово относится к лексико–семантическому уровню, как словоформа – к морфемно–морфологическому, как член номинативного предложения – к синтаксическому. Фонема в качестве языковой единицы выделяется на основе смысловых отношений слов и их форм; она же является элементом (материей) слова. Морфема существует в слове, ее ближайшим контекстом является слово. Слово образуется с помощью морфем. Из слов образуется словосочетание; слова, их значения и смыслы участвуют в образовании как типового значения словосочетания, так и его смысла; грамматические свойства слов участвуют в образовании формы словосочетания. Предложение образуется с помощью слов и словосочетаний, предложение может состоять и из одного слова⁵. Лексика (от др. греч. «оборот речи», «слово», «относящийся к слову») представляет собой совокупность слов того или иного языка, части языка или слов, которые знает человек или группа людей. В лексике языка одни слова вытесняются другими. Как прямые наименования начинают восприниматься слова, которые ранее действовали в качестве эвфемизмов. Принадлежавшие к нейтральному речевому стилю лексические единицы усваивают новую для них стилевую окраску в силу тех или иных причин. Помимо этого, ранее употребительные слова могут полностью выпасть из языкового обихода и превратиться в архаизмы, использование которых резко сокращается⁶.

Некоторые неологизмы прочно входят в лексическую ткань языка, переставая восприниматься как языковые новшества, а другие, наоборот, не успевают в языке закрепиться, постепенно выходя из употребления⁷. Лексику

⁵ Гречко В.А. Теория языкознания: Учеб. пособие. М., 2003. С. 90.

⁶ Азимов Э.Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М., 2009. С. 56.

⁷ Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка. М., 1964. С. 158.

русского языка в современном русском языке составляют лексические единицы, которые активно изучаются русистами. Лексикология – это раздел науки о языке, который изучает словарный состав языка. С точки зрения лексического значения употребления и происхождения самостоятельные слова изучаются в лексикологии⁸.

Лексика современного русского языка пополняется основными путями:

– изменения исконно русских слов. Например, меняется семантика (лексическое значение) уже существующих слов («мышка» – животное и комплектующая компьютера);

– образование новых слов и словосочетаний по традиционным моделям русского словообразования. Например, «летающая тарелка», «возвращенец»;

– заимствования из других языков. Например, практически вся лексика, связанная с компьютерами и Интернетом, заимствована из английского языка. Эти слова активно осваиваются русским языком, в частности, изменяются по законам русской грамматики, то есть приобретают морфологические значения (род, число, падеж, склонение)⁹.

Пришедшие в русский язык заимствования редко усваиваются в том виде, в котором они были в языке источнике. Чужое слово чаще всего изменяется и подстраивается под русские фонетические нормы, исчезают неприемлемые русскому языку звуки.

Е. В. Ларионова, анализируя активный процесс проникновения англицизмов в русскую речь, предлагает выделять среди заимствований собственно речевые заимствования и речевые проникновения. Основание для их выделения заключается в том, что первое явление обусловлено потребностями языковой системы и носителей языка, а речевое проникновение – речевыми привычками двуязычно говорящих¹⁰.

⁸ Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка. М., 1964. С. 98.

⁹ Там же. С. 102.

¹⁰ Ларионова Е.В. Новейшие англицизмы в современном русском языке. автореф. дисс. канд. филол. наук. М., 1994. С. 20.

Таким образом, слово – это основная структурно–семантическая единица языка, которая служит для именования предметов, явлений, их свойств и которая обладает совокупностью семантических, фонетических и грамматических признаков. Характерными чертами слова являются цельность, выделимость и цельная воспроизводимость в речи.

1.2 Лексика современного русского языка с точки зрения сферы употребления

К общеупотребительной лексике относятся слова, используемые (понимаемые и употребляемые) в разных языковых сферах носителями языка независимо их от их места жительства, профессии, образа жизни: это большинство существительных, прилагательных, наречий, глаголов (синий, костер, ворчать, хорошо), числительные, местоимения, большинство служебных слов. К лексике ограниченного употребления относятся слова, употребление которых ограничено какой–то местностью (диалектизмы), профессией (специальная лексика), родом занятий или интересов (жаргонная лексика). Диалектизмы – это особенности диалектов, говоров, не соответствующие нормам литературного языка¹¹.

Диалектизм – это диалектное вкрапление в русский литературный язык. В речи людей могут отражаться фонетические, словообразовательные, грамматические особенности диалекта, но для лексикологии наиболее важны диалектизмы, связанные с функционированием слов как лексических единиц – лексические диалектизмы, которые бывают нескольких видов. Специальная лексика связана с профессиональной деятельностью людей. К ней относятся термины и профессионализмы.

Термины – это названия специальных понятий науки, искусства, техники, сельского хозяйства и пр.¹² Термины часто искусственно созданы с использованием латинских и греческих корней и отличаются от «обычных» слов языка тем, что они, в идеале, однозначны в данной терминологии и не

¹¹ Розенталь Д.Э. Словарь-справочник лингвистических терминов. М., 1985. С. 274.

¹² Там же. С 203.

имеют синонимов, то есть каждому термину должен соответствовать только один объект данной науки. Каждое слово–термин имеет строгое определение, зафиксированное в специальных научных исследованиях или терминологических словарях.

От терминов надо отличать профессионализмы – слова и выражения, не являющиеся научно определенными, строго узаконенными названиями тех или иных предметов, действий, процессов, связанных с профессиональной, научной, производственной деятельностью людей¹³.

Это полуофициальные и неофициальные (их иногда называют профессионально–жаргонными) слова, употребляющиеся людьми определенной профессии для обозначения специальных предметов, понятий, действий, зачастую имеющих названия в литературном языке. Профессионализмы–жаргонизмы бытуют исключительно в устной речи людей данной профессии и не входят в литературный язык (например, у типографских работников: шапка – «крупный заголовок», марашка – «брак в виде квадратика»; у шоферов: баранка – «руль», кирпич – знак, запрещающий проезд). Если профессионализмы включаются в словари, их сопровождает указание на сферу употребления (в речи моряков, в речи рыбаков и пр.)¹⁴.

Профессиональные языки или профессиональная терминология – это слова, которые обычно являются своего рода дублерами некоторых собственно терминологических обозначений, распространенных в той или иной профессиональной среде, например: ляп – это газетная опечатка; ошибка, допущенная редактором, баранка – руль автомобиля, называемый так шоферами¹⁵.

К лексике ограниченного употребления относятся также жаргонизмы – слова, употребляемые людьми определенных интересов, занятий, привычек. Жаргонная и арготическая лексика находится вне литературного языка и

¹³ Там же. С. 210.

¹⁴ Литневская Е.И. Русский язык: теоретический курс. М., 2006. С. 115.

¹⁵ Э.Г.Азимов. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М., 2009. С. 56.

фиксируется только в специальных словарях. Кроме термина жаргон, существуют также термин «сленг». Сленг – это отличная от нормы литературного языка языковая среда устного общения, объединяющая большую группу людей¹⁶.

Существенным отличием сленга от жаргона является повышенная эмоциональность сленга и отсутствие в нем избирательности объектов для названия при помощи особых слов: сленг употребим практически во всех речевых ситуациях при неформальном устном общении людей. Так, можно говорить о молодежном сленге – средстве неформального общения молодежи в возрасте примерно от 12 до 30 лет. Сленг обновляется довольно быстро, причем источниками постоянного обновления сленга являются единицы жаргонов (за последние несколько лет молодежный сленг переключился с воровского жаргона как основного «поставщика» лексики на жаргон наркоманов), заимствования (рульный «правильный» – от англ. rule, герла «девушка» – от англ. girl), каламбурное игровое переосмысление слов литературного языка (клава «клавиатура», предки «родители»), а также производные от этих единиц (кайфовый, прикольный).

К пассивной лексике относятся устаревшие и новые слова. Устаревшая лексика представлена историзмами и архаизмами.

Историзмы – это слова, обозначающие исчезнувшие из современной жизни предметы, явления, ставшие неактуальными понятия, например: кольчуга, барщина, конка; современные субботник, воскресник; соцсоревнование, Политбюро¹⁷. Эти слова вышли из употребления вместе с обозначаемыми ими предметами, понятиями и перешли в пассивную лексику: мы их знаем, но не употребляем в своей повседневной речи. Историзмы употребляются в текстах, в которых речь идет о прошлом (художественная литература, исторические исследования)¹⁸.

¹⁶ Розенталь Д.Э. Словарь–справочник лингвистических терминов. М., 1985. С. 157.

¹⁷ Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., Советская энциклопедия, 1969. С. 345.

¹⁸ Там же. С. 256.

Архаизмы – это устаревшие названия существующих и в современности явлений и понятий, для обозначения которых возникли другие, современные названия¹⁹.

Устаревшим словам противопоставлены неологизмы – новые слова, новизна которых ощущается говорящими.

Неологизмы делятся на языковые и авторские.

Языковые неологизмы – это слова, которые возникают как названия для новых предметов, явлений, понятий, не имеющих еще названий в языке, или как новые названия для уже существующих предметов или понятий²⁰.

Иногда авторские неологизмы становятся реальными словами, входят в литературный язык, как, например, слова маятник, насос, притяжение, созвездие, рудник, чертеж, вошедшие в русский язык из трудов М. В. Ломоносова, промышленность, влюбленность, рассеянность, трогательный – из произведений Н. М. Карамзина²¹.

1.3 Прямое и переносное значение слов

Слово, будучи единице языка, обладает рядом функций, среди которых важнейшей выступает номинативная. Она проявляется в том, что слово способно называть предметы, объекты, действия, относящиеся к внеязыковой действительности, а также обозначать какие-то отвлеченные качества и понятия. Именно предметно–понятийная отнесенность лексемы определяет возможность существования лексического значения.

В зависимости от того, каким образом слово выполняет свою номинативную функцию – прямо или опосредованно указывает на предмет (понятие), можно говорить о двух типах значения – прямом и переносном. Прямое значение слова отражает его непосредственную предметно-понятийную отнесенность. Это основная семантика слова. В то же время переносное значение – это дополнительная семантика, появляющаяся в результате развития ассоциативных смысловых связей.

¹⁹ Розенталь Д.Э. Словарь–справочник лингвистических терминов. М., 1985. С. 198.

²⁰ Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. М., 200. С. 178.

²¹ Там же. С. 210.

Прямое и переносное значение слов – одна из ключевых тем, которая привлекает внимание исследователей языка. Слова не только передают конкретные предметы и понятия, но также могут иметь глубокий символический смысл²².

Прямое значение слова описывает его лексическую определённость и конкретную сущность. Это основное значение слова, которое может быть найдено в словаре. Например, слово «стол» означает предмет с горизонтальной поверхностью для размещения предметов или выполнения работы. Прямое значение является основой для понимания текста и общения на естественном языке²³. Прямые значения слов менее всех других зависят от контекста, от характера связей с другими словами. Поэтому говорят, что прямые значения имеют наибольшую парадигматическую обусловленность и наименьшую синтагматическую связанность.

Переносное значение слова включает символический или ассоциативный смысл, который отличается от его прямого значения. Часто переносное значение связано с метафорой – фигурными выражениями, использующими образные или необычные формулировки для передачи определённого значения. Например, фраза «горит душа» имеет переносное значение, указывая на интенсивную эмоциональную состояние человека²⁴.

Сущность многозначности заключается в том, что какое-то название предмета, явления переходит, переносится также на другой предмет, другое явление, и тогда одно слово употребляется в качестве названия одновременно нескольких предметов, явлений. В зависимости от того, на основании какого признака совершается перенос названия различаются три основных вида переносного значения:

- метафора;
- морфемный;
- синекдоха.

²² Розенталь Д.Э., Голуб И.Б., Теленкова М. А. Современный русский язык. М., 2001. С.238

²³ Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. М., 1977. С. 165

²⁴ Там же. С. 172

Метафора (от греч. *metaphorē* «перенос») – это перенос наименования на основании сходства, уподобления одного класса явлений другому, в результате чего они обозначаются одним словом. Уподоблены могут быть внешние, воспринимаемые органами чувств признаки объектов. Например, предметы могут уподобляться друг другу на основании сходства формы (сеть морщин, лапа ели), цвета (малиновый пиджак, серые облака), расположения (нос лодки, хвост самолета). Сходными могут быть функции объектов: козырек кепки – козырек подъезда, гусиное перо – перо авторучки. Совершенно разные объекты или явления могут быть уподоблены друг другу на основе сходства эмоциональных впечатлений, ассоциаций, оценок: снежная буря – буря восторгов, дыра на рубашке – жить в дыре, золотое кольцо – золотые руки, низкий рост – низкий поступок²⁵.

Метонимия (от греч. *metonymia* «переименование») – это перенос наименования на основе смежности объектов или явлений, их сопредельности, вовлеченности в одну ситуацию: два явления, некоторым образом связанные друг с другом (пространственно, ситуативно, логически и т. д.), называются одним словом. Например, у слова «бухгалтерия» в Словаре Ожегова выделяются два значения, второе образовано метонимическим переносом: 1. Теория и практика счетоводства и документального хозяйственного учета денежных средств. 2. Отдел предприятия, учреждения, осуществляющий документальный хозяйственный учет денежных средств. У слова хна второе значение – также результат метонимического переноса: 1. Южное кустарниковое растение, дающее желто–красную краску. 2. Краска, полученная из листьев этого растения. Ср. также слово клеймо: 1. Печать, знак, который ставят, вытравляют на ком–чем–н. 2. Орудие, которым ставят такой знак. (Третье значение слова образовано путем метафорического переноса: неизгладимый след чего–н. плохого, позорящего; клеймо позора. Клеймо на чьем–н. имени)²⁶.

²⁵ Казарина С.Г. *Стилистика и культура речи* : учеб. пособие по русскому языку. Ростов н/Д, 2004. С 236.

²⁶ Там же. С 236.

Синекдоха (от греч. *synekdoche* – соподразумевание) – это перенос названия целого на его часть и наоборот, например: густая смородина – спелая смородина; красивый рот – лишний рот (о лишнем человеке в семье); большая голова – умная голова и т. д.²⁷. Ирония – это особый вид высказывания, в котором с помощью противоположности между словами и действительностью создается особое эмоциональное выражение мысли. При ироническом переносе значение слова меняется, но сохраняется исходный смысл, при этом создается эффект сарказма или юмора. Например, слово «конечно» может переноситься на обозначение противоположности, например, «конечно, ты очень умный», где на самом деле имеется в виду то, что человек не очень умный.

В речевой практике слова с переносным значением играют важную роль:

– они служат источником пополнения базы лексических значений языка.

В реальности рост числа значений неизбежно бы привел к росту числа слов, их выражающих. Однако на практике этого не происходит. Причина состоит в том, что у уже имеющихся слов появляются новые значения, в том числе путем переноса признаков;

– слова с переносным значением, как правило, очень выразительны и более ярко, экспрессивно характеризуют предмет речи: У него крепкое здоровье (нейтральное высказывание). У него железное (лошадиное, могучее, богатырское) здоровье (экспрессивное);

– служат средством создания образности в художественных текстах, особенно в поэтических: «мой закат печальный» (А. С. Пушкин); «Улыбкой ясною природа / Сквозь сон встречает утро года» (А. С. Пушкин); «Хоры стройные светил» (М. Ю. Лермонтов)²⁸.

В процессе развития переносных названий слово может обогащаться новыми значениями в результате сужения или расширения основного значения. С течением времени переносные значения могут становиться прямыми.

²⁷ Казарина С.Г. Стилистика и культура речи : учеб. пособие по русскому языку. Ростов н/Д, 2004. С. 236.

²⁸ Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. М., 1977. С. 178.

Таким образом, современный русский язык – живой организм, который неустанно развивается и обогащается. Влияние глобализации, технологический прогресс и культурные обмены оказывают существенное влияние на его лексику. Каждый день в речь вносятся новые слова и выражения, которые отражают текущие реалии жизни, новейшие технологии и социальные изменения. Это делает лексику современного русского языка уникальным источником для изучения как самого языка, так и культуры и общества.

Лексика современного русского языка представляет собой множество слов и выражений, которые используются в различных сферах жизни. Она отражает не только национальную культуру и историю, но и технологический прогресс, общественные тренды и множество других аспектов современного общества.

Прямое и переносное значение слов – одна из особенностей русского языка, которая делает его многогранным и богатым на выражение. Переносное значение слов позволяет расширить и обогатить язык, создавая возможности для более точного и выразительного выражения мыслей и чувств.

1.4 Социокультурные факторы формирования лексики

Социокультурные факторы играют значительную роль в обогащении лексики любого языка. Лексическое богатство языка тесно связано с историческими, культурными, социальными и экономическими условиями общества. Язык не только отражает реальность, но и формирует её, создавая новые слова и выражения для описания недавних изменений в жизни и культуре.

Изменения в социальных нормах и ценностях непосредственно влияют на лексику. Вопросы гендерной равноправности и инклюзивности приводят к возникновению или переопределению терминов, таких как «небинарный» или «латинкс», что делает язык более вместительным и адаптивным к современным реальностям.

Средства массовой информации также играют ключевую роль в процессе формирования и изменения лексического запаса современного общества.

Каждый день через телевидение, радио, интернет–публикации и печатные издания к нам поступает огромное количество информации, сопровождаемое новыми словами, фразами и значениями, которые отражают текущие социокультурные реалии²⁹.

Интенсивное взаимодействие культур в эпоху глобализации приводит к заимствованиям, которые обогащают лексический запас. Примером могут служить слова, появившиеся в результате распространения Интернета и технологий: «лайк», «стрим», «блогер». Один из ярких аспектов влияния цифровых технологий – это обогащение словарного запаса новыми заимствованиями и неологизмами. Интернет-сленг, меметические выражения, аббревиатуры (например, «лол», «омг», «треш») становятся частью повседневного общения, постепенно переходя из виртуального пространства в устную и даже письменную речь людей разных возрастных групп. Кроме того, интернет–коммуникация способствует быстрому распространению и адаптации иностранных слов и выражений, таких как «баг», «апгрейд», «стрим». Социальные сети играют значительную роль в развитии и распространении новых языковых форм и выражений. В виртуальном пространстве слова и фразы могут распространяться с невероятной скоростью, делая онлайн–платформы эффективным инструментом для языковых инноваций. Одним из ярких примеров такого влияния является появление интернет–жаргонов и сленга, который часто формируется и развивается именно благодаря социальным сетям. Например, слова «скам» (обман), и «кринж» (чувство смущения или стыда, вызванное чьим–то действием) стали частью повседневного языка многих пользователей интернета. Эти слова и выражения часто возникают в пользовательских мемах, видео и сообщениях, быстро распространяются и становятся популярными среди широкой аудитории³⁰.

²⁹ Кудрявцева Л.А. Формирование и развитие языка массовой коммуникации в современном информационном обществе. М., 2004. С. 235.

³⁰ Разуваева, Н.Г. Англицизмы в русском молодежном сленге [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sredstv-massovoy-informatsii-na-razvitie-sovremennoy-yazykovoy-situatsii> (дата обращения: 18.03.2025).

Кроме того, языковые изменения затрагивают структуру предложений и манеру выражения мыслей. Так, коммуникация в социальных сетях стремится к лаконичности и эффективности из-за ограниченности пространства или внимания аудитории. Это приводит к упрощению грамматических конструкций, уходу от полных предложений и частому использованию эмодзи для передачи эмоций и нюансов, что, в свою очередь, оказывает воздействие на устную речь.

Таким образом, лексический состав языка непрерывно изменяется под влиянием социокультурных процессов. В новую эпоху, когда глобализация и цифровизация оказывают огромное воздействие на все аспекты жизни, слова и выражения адаптируются, трансформируются и иногда исчезают, отражая изменения в общественных ценностях, технологиях и межкультурных связях. пустой текст. Язык – это живой организм, который постоянно развивается и адаптируется под воздействием различных факторов. Интернет и цифровые технологии играют значительную роль в этом процессе, внося свой вклад в обогащение лексического состава языка и формирование новых языковых конструкций. Благодаря этим изменениям язык становится более динамичным и отражает современные тенденции и реалии общества.

1.5 Развитие современного русского языка в интернет-пространстве

Развитие современного русского языка в интернет-пространстве происходит на нескольких уровнях: словообразовательном, графическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом, пунктуационно-орфографическом. Некоторые тенденции развития:

Пополнение словарного состава. В лексике появляются неологизмы, как в результате заимствований, так и из-за развития новых значений у уже существующих языковых форм. Например, в профессиональном жаргоне интернет-пользователей у известных и общепринятых лексем начинает развиваться особое, профессиональное значение. На словообразовательном уровне в данный момент русскому языку свойственна тенденция «актуальной устности», в рамках которой появляются лексемы разговорного характера:

характерным для них является образование аббревиатур, сокращения, аффиксации. Нередко встречается придание экспрессии новым лексемам за счет визуально–изобразительных средств, как– то; цвет, шрифт, элементы дизайна; также отмечается применение невуальных инструментов, к которым, в частности, относится хештег.

В сравнении с прочими языковыми уровнями лексика является наиболее гибкой и открытой к изменениям системой; фонд лексики постоянно и быстро обновляется, так как в социальной жизни появляются новые особенности, которые не могут не найти свое отражение в лексической системе. Благодаря интернет–коммуникациям в лексике появляются неологизмы, причем как в результате заимствований, так и по причине появления новых значений у уже существующих языковых форм, и в первую очередь – благодаря профессиональному жаргону. Заимствования и слова с обновленным значением, внедряясь в интернет–среду, активно обрастают словообразовательными гнездами; появляются новые антонимы и омонимы, развиваются ряды синонимов, за счет чего заполняются пустые места, появившиеся в результате развития цифровых СМИ. Пополнение лексической системы способствует развитию креативности русскоязычного населения, которое, в свою очередь, оказывает трансформирующее воздействие на лексическую систему русского языка.

По сравнению с лексическим уровнем, морфология русского языка является куда более стабильной и консервативной благодаря тому, что она складывалась в течение долгих исторических периодов. Из заметных изменений морфологического уровня необходимо выделить существующую тенденцию адаптации грамматических ресурсов к интернет–коммуникации, причем не в последнюю очередь – путем имитирования разговорной речи устного характера. Образование феминитивов, выраженно–разговорных относительных прилагательных (в том числе и с качественными значениями), комбинированных формы прилагательных в превосходной и сравнительной степени, по идее, должно было бы считаться просторечиями и грубой ошибкой,

но, будучи рассмотренным с точки зрения языкового креатива, может считаться не чем иным, как тенденцией, указывающей на развитие в морфологии русского языка новых, актуальных моментов вспомогательных средств. Тенденция к «просторечному», разговорному стилю прослеживается у всех частей речи – в том числе и у таких, казалось бы, стабильных конструкций, как междометия.

На синтаксическом уровне заметна тенденция изменения русского языка в направлении креативной экспрессивности, свойственной разговорной речи и интернет-коммуникации. Речь стилизуется под более простую путем упрощенности, что осуществляется при помощи обращения к повышению экспрессивности разговорных конструкций – например, путем применения редуцированных союзов в соединении простых предложений в более сложные, использования диалогизации и частотных парцелляций.

На пунктуационно-орфографическом уровне в русском языке заметны, пожалуй, наиболее глубокие изменения, так как он связан с системой кодирования, а не с процессом передачи данных. Устоявшиеся на данном уровне нормы языка в интернет-общении не соблюдаются, что происходит чаще всего преднамеренно с целью повышения экспрессивности и передачи орфоэпических и фонетических особенностей речи.

На пунктуационном уровне проявляется изобретение индивидуальных комбинаций знаков препинаний и просодическая стилизация путем использования громоздких знаковых комбинаций. Стремление сделать язык более индивидуальным, отражающим характерные особенности личности заставляет носителей русского языка пренебрегать языковыми нормами и использовать нагромождение знаков, а потребность в высокой скорости коммуникации заставляет их упразднить часть знаков, например, отказываясь от постановки точки по окончанию предложения.

Таким образом, изменение русского языка в интернет-коммуникации является процессом логичным и неизбежным, и носит не случайный, а последовательный характер, так как касается всех речевых уровней и обнаруживается во всех элементах систем. Появляются и апробируются новые

способы создания слов, за счет чего обогащается языковая база; синтаксис становится все ближе к разговорной речи; рождаются новые авторские стратегии носителей языка, которые обеспечивают возможность максимально полно раскрывать все имеющиеся ресурсы, пополняемые на всех этапах развития русской речи.

1.5.1 Социальные сети как лингвистическое явление

Социальные сети оказали глубокое влияние на язык и коммуникацию, революционизировав способы взаимодействия с другими людьми. Развитие платформ социальных сетей способствовало глобальным связям и взаимодействиям в режиме реального времени, преодолевая географические границы и часовые пояса. Язык адаптировался к краткости и неформальности социальных сетей, что привело к появлению новых лингвистических стратегий, таких как сокращения, аббревиатуры и хештеги. Социальные сети также стали центром языкового творчества и инноваций, где пользователи совместно создают новые слова, выражения и мемы. Методы коммуникации были преобразованы, что позволило осуществлять как немедленное, так и асинхронное взаимодействие, способствуя формированию глобальных сообществ³¹.

Одна из главных лексических особенностей языка общения в социальных сетях – заимствования из английского языка. Как отмечает Л.П. Крысин: «Бывают в истории общества... времена, когда преобладает более терпимое отношение к внешним влияниям и, в частности, к заимствованию новых иноязычных слов. Таким временем можно считать конец прошлого столетия и начало нынешнего, когда возникли и существуют такие политические, экономические и культурные условия, которые определили предрасположенность российского общества к принятию новой и широкому употреблению ранее существовавшей, но специальной иноязычной лексики»³².

³¹ Копыл В.И. «Общение в Интернете». М., 2015.С. 48.

³² Крысин Л.П. О русском языке наших дней. Пермь, 2002. С 112

Одним из таких условий и стало массовое распространение социальных сетей, активная часть пользователей которых – молодежь, более терпимая к чужой лексике. Чем же отличаются заимствования в социальных сетях от привычного заимствования? В первую очередь тем, что в интернет–общение заимствования приходят из одного языка – английского – как языка создателей самых популярных сетей. А вот дальше заимствованную лексику можно разделить на 2 группы. Первую составляют те слова, которые выражают реалии социальных сетей и интернет–пространства, несут некоторую терминологическую окраску и не имеют аналогов в родном языке (или неполные аналоги):

Образование и описание сленгизма. Употребление в контексте – пример из социальной сети.

Блоггер – человек, ведущий сетевой «журнал (дневник) (от англ. blog (от weblog – интернет–журнал событий, интернет–дневник) онлайн–дневник). «Она – очень интересный блоггер».

Оффлайн (от англ. offline – отключенный от сети – вне доступа) – не на связи; за пределами глобальной сети Интернет. «Ты постоянно оффлайн, я не могу с тобой нормально пообщаться»;

Как видно, данные заимствования активно вливаются в родной язык – они образуют разные части речи и склоняются по правилам родного языка. Вторую группу составляют те иноязычные слова, которые имеют аналоги в родном языке, но используются в социальных сетях, образуя особый сленг пользователей, который постепенно проникает и в устную речь:

Окейно – хорошо (от англ. Окей – all correct+суффикс –но) «Не переживай, всё будет окейно»;

Сорри от англ. sorry – извини «Не могла тебе вчера позвонить, сорри»;

Респект от англ. respect – уважать «Респект тебе!».

Следует отметить, что характерный для устной речи сленг обрел письменную форму в Интернете. Его быстрое распространение в настоящее время обусловлено свободным доступом к Интернету и отсутствием в

социальных сетях регламентированного контроля над языком. Изучению речи молодежи, в том числе в виртуальном пространстве, посвящено много работ. Из-за неустойчивости данной формы языка лингвисты пытаются фиксировать все изменения, которые в ней происходят, с целью полного, системного описания языковых явлений в виртуальном пространстве. Распространение молодежного сленга в социальных сетях обусловлено, с одной стороны, преобладанием среди пользователей молодежи и их активностью в интернет-сообществах, с другой стороны, тем фактом, что общение там носит неформальный, часто даже фамильярный характер, поэтому использование сленга является одним из способов добавить эмоциональности.

Еще одна особенность переписки в социальных сетях – использование лексических сокращений: акронимов, полусокращений, усечений. Причина их возникновения вполне понятна: соблюдается принцип экономии при письменной фиксации устной речи в условиях, когда сообщение к адресату доставляется за секунду после нажатия Enter. Приведем несколько примеров:

«Магаз» от «магазин»: «Я сейчас быстренько в магаз смотаюсь, а потом сразу к вам»;

«Комп» от «компьютер»: «Как буду с компа, обязательно посмотрю это видео!»;

«Фотки» от «фотографии»: «Безумно крутые фотки!».

Социальные сети создают особую форму интернет-коммуникации, связанную с технологиями виртуальной действительности, интерактивности и доступностью. Неформальный стиль общения и быстрота отправки/доставки сообщений, преобладание молодежи среди пользователей, влияние опыта участия в других видах интернет-коммуникации (чатах, форумах и т. д.) формируют отличительные признаки языка, используемого участниками социальных сетей.

1.5.2 Лингвистические особенности дискурса телеграм-каналов

Телеграм является популярной платформой для обмена сообщениями, предоставляющей щедрые возможности для создания и распространения

контента. Видимая специфика языка в мессенджере Телеграм заключается не только в его текстовых возможностях, но и в том, как эти возможности используются для достижения определенных коммуникативных эффектов.

Некоторые авторы научных работ рассматривают особенности медиатекста в телеграм, проводя стилистический анализ публикаций и делая акцент на лексической составляющей контента. Современный исследователь Т. Г. Добросклонская сформулировала основную концепцию медиатекста как базовой категории медиалингвистики. По ее мнению, текст в его традиционном понимании при переносе в сферу масс-медиа расширяет свои границы и предполагает последовательность не только вербальных знаков, но и любых других³³. Следовательно, текст в мессенджере Телеграм – это медиатекст, так как его сопровождают не только вербальные знаки, но и медийные характеристики.

Сегодня пользователи и разработчики телеграм находится в поисках нового подхода к производству медийного контента, на который влияют постоянно обновляющиеся технические возможности и возрастающая визуализация информации. И раз меняется медиасистема, то не может не поменяться медиатекст. О новациях в области медиатекста пишет Н.М. Сулаквелидзе в статье «Особенности медиатекста в мессенджере телеграм»: «Добавляются новации, например, такие как новые возможности платформы телеграм: медиатекст с полноценного сайта издания сворачивается в небольшой пост-сообщение, оформленный так, чтобы он был читабельным в рамках данного мессенджера. Таким образом, медиатекст, имея за собой широкие мультимедийные возможности, должен использовать их в таком формате, который будет восприниматься глазом как мгновенное сообщение»³⁴.

Особенности текстов телеграм-каналов обусловлены их спецификой и целями, которые преследуют создатели каналов. Во-первых, тексты в таких

³³ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. М, 2009. С. 45.

³⁴ Сулаквелидзе Н.М. Особенности медиатекста в мессенджере телеграм. [Электронный ресурс]. URL: <https://repo.ssau.ru/handle/KRIZISNYI-DVADCATYI-VEK/Osobennosti-mEDIATEKSTA-v-messendzhere-telegram-70888> (дата обращения: 21.10.2024).

каналах обычно краткие и лаконичные. Они стремятся передать информацию максимально компактно и понятно. Каналы в телеграме позволяют отправлять только сообщения длиной до 4096 символов, поэтому авторам приходится быть очень сжатыми в выражении своих мыслей.

Во-вторых, тексты на телеграм-каналах могут быть снабжены сопроводительными материалами, такими как изображения, видео или аудиозаписи. Это позволяет создателям канала использовать различные форматы и средства для более наглядного и интересного представления информации.

В-третьих, тексты в телеграм-каналах часто имеют свою уникальную стилистику. Авторы могут использовать разные приемы и техники, чтобы выделить свои тексты среди остальных. Это может быть использование юмора, сарказма, не прямых обращений к аудитории и других элементов, которые делают тексты более привлекательными для чтения.

В-четвертых, тексты на телеграм-каналах часто имеют определенную структуру. Авторы могут использовать различные заголовки, списки и разделы, чтобы организовать информацию и сделать ее более доступной для читателей.

Особенности текстов телеграм-каналов делают их уникальными и интересными для аудитории. Компактность, использование различных сопроводительных материалов, уникальная стилистика и структура текстов – все это делает такие каналы привлекательными для получения информации.

2 ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИКИ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА ПРАВИТЕЛЬСТВА АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

В современном информационном обществе социальные медиа стали важным инструментом коммуникации и распространения информации. Одним из самых популярных и динамично развивающихся форматов стали телеграм-каналы. Эти каналы представляют собой платформу для обмена новостями, знаниями и развлечением, привлекая огромную аудиторию пользователей.

Согласно данным исследовательской компании Mediascope показатели площадки продолжают расти – в 2024 среднemesячный охват Телеграм достиг 73 %, а среднесуточный – 49 %. Наиболее активно площадкой пользуется молодое население – 80 % россиян 12–24 лет заходят в Телеграм в среднем в день³⁵ (рисунок 1).

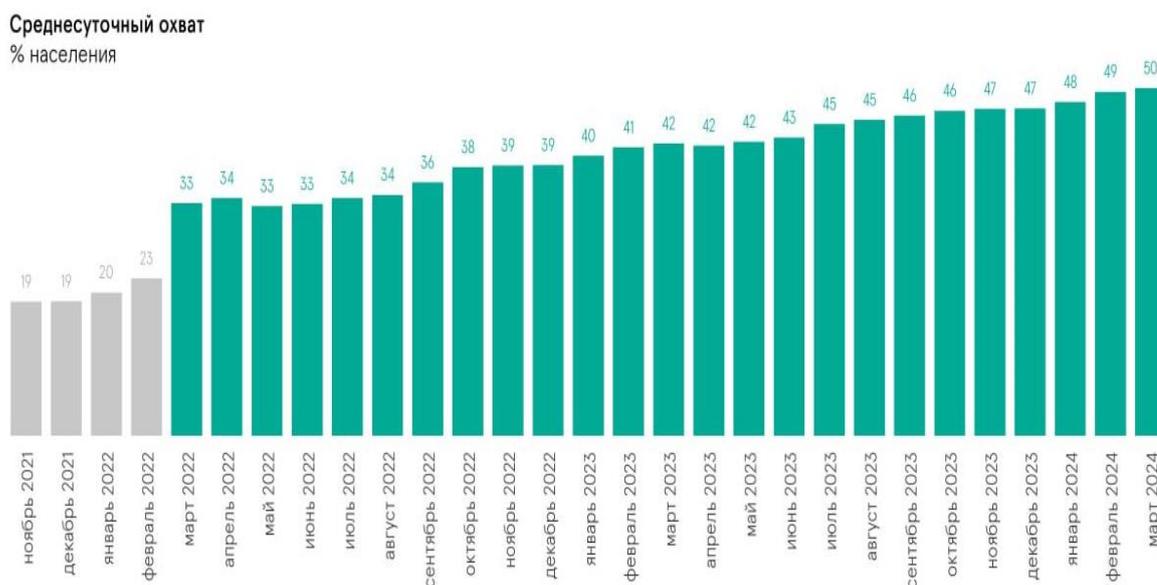


Рисунок 1 – Динамика Телеграм

³⁵ Аудитория телеграм в четвертом квартале 2024: исследование Mediascope [Электронный ресурс] // сайт Mediascope 06.02.2024. URL: https://mediascope.net/news/1776850/?sphrase_id=274595 (дата обращения: 29.02.25)

Наиболее популярные телеграм-каналы – новостные и политические. В целом, интересы пользователей телеграм 12–24 лет сильно отличаются от других возрастных групп – у юной аудитории в числе лучших преимущественно развлекательные и киберспортивные каналы³⁶ (рисунок 2).



Рисунок 2 – Жанровые предпочтения по группам

Одной из особенностей телеграм-каналов является специфическая лексика, которая используется в них. Лексика телеграм-каналов отражает юмористический подход сообщества, его ценности, интересы и жизненные принципы. Различные пользователи создают свой уникальный словарь для выражения своих эмоций.

Телеграм-каналы становятся все более популярными инструментами коммуникации для региональных властей и организаций, позволяя быстро и эффективно донести информацию до граждан. В данном анализе мы рассмотрим телеграм-канал Амурской области, его общую характеристику, целевую аудиторию, а также основные темы и направления контента.

Телеграм-канал Амурской области представляет собой официальную платформу, созданную для информирования жителей региона о важных

³⁶ Аудитория телеграм в четвертом квартале 2024: исследование Mediascope [Электронный ресурс] // сайт Mediascope 06.02.2024. URL: https://mediascope.net/news/1776850/?sphrase_id=274595 (дата обращения: 29.02.25)

событиях, новостях и инициативах местных властей. Канал активно обновляется, и его содержание охватывает широкий спектр тем, связанных с жизнью области. Официальный статус канала придает ему дополнительную ценность, так как пользователи могут быть уверены в достоверности предоставляемой информации.

Канал имеет интуитивно понятный интерфейс и удобный формат подачи материала. Посты часто сопровождаются изображениями, инфографикой и видео, что делает информацию более доступной и привлекательной для восприятия. Регулярные обновления и разнообразие форматов контента способствуют поддержанию интереса аудитории.

Целевая аудитория телеграм-канала Амурской области включает широкий круг пользователей (рисунок 3). Во-первых, это жители региона, которые заинтересованы в новостях и событиях своего города или района. Во-вторых, к аудитории относятся потенциальные туристы и инвесторы, которые могут быть заинтересованы в возможностях, предлагаемых Амурской областью.

Кроме того, канал может быть полезен для местных предпринимателей, студентов и специалистов, которые ищут информацию о мероприятиях, образовательных инициативах и возможностях для бизнеса.

Таким образом, канал нацелен как на информирование широкой общественности, так и на привлечение внимания к экономическим и культурным аспектам региона.



Рисунок 3 – Целевая аудитория телеграм-канала Правительства Амурской области

Контент телеграм-канала Амурской области охватывает несколько ключевых направлений:

– социальные программы: информация о социальных инициативах правительства, направленных на поддержку различных групп населения, таких как пенсионеры, семьи с детьми и молодежь;

– экономическое развитие: посты о новых инвестиционных проектах, бизнес-инициативах и возможностях для предпринимателей. Это может включать информацию о выставках, форумах и других мероприятиях, способствующих развитию бизнеса;

– культура и спорт: анонсы культурных мероприятий, спортивных соревнований и фестивалей, которые проходят в регионе. Это помогает поддерживать интерес к культурной жизни области;

– образование и наука: информация об образовательных учреждениях, научных проектах и инициативах, направленных на развитие образования в регионе.

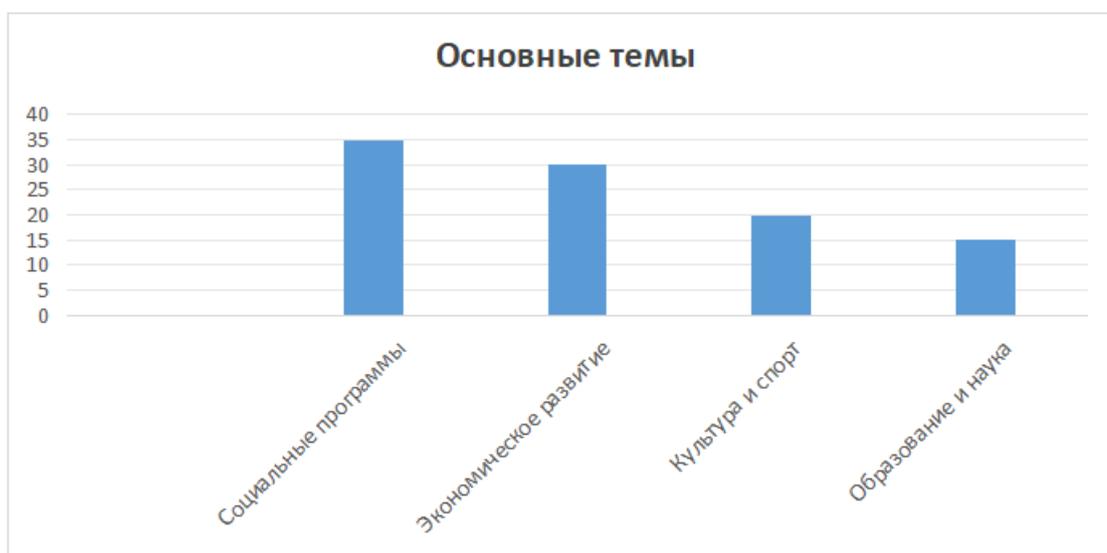


Рисунок 4 – Тематика контента телеграм-канала Амурской области

Таким образом, телеграм-канал Амурской области представляет собой многофункциональный инструмент для информирования населения о важных

событиях и инициативах. Он способствует формированию позитивного имиджа региона и укреплению связи между властями и гражданами.

2.1 Структура текста поста телеграм-канала Правительства Амурской области

Телеграм-каналы, благодаря своей оперативности и доступности, стали эффективным инструментом для распространения информации. Особенно это касается региональных властей, таких как Правительство Амурской области, которое использует этот канал для оперативного информирования населения о своей деятельности.

Построение текста телеграм-канала требует особого подхода, так как информация должна быть не только точной и проверенной, но и представленной в удобной для восприятия форме. Для правительственных каналов особенно важно соблюдение официального стиля, но при этом тексты должны быть максимально понятны и доступны для широкой аудитории.

Структура текста поста телеграм-канала:

– **заголовок.** Заголовки должны быть краткими и точными. Они должны передавать суть следующего текста, не раскрывая всех деталей, чтобы стимулировать интерес и желание прочитать сообщение полностью. Желательно, чтобы в заголовке было не более 10 слов. Это ограничение помогает сосредоточить внимание читателя на основной идее и улучшает восприятие информации на мобильных устройствах. Использование жирного шрифта помогает выделить заголовок из общего потока информации, делая его более заметным. Например: «В Свободненском районе библиотека получила статус модельной»;

– **введение.** Введение должно заинтересовать читателя и дать ему понять, почему данная информация важна. Основные элементы введения:

– *краткость и ясность.* Введение должно быть коротким — не более 2-3 предложений. Читатели часто пролистывают информацию, поэтому важно сразу предоставить суть;

– *актуальность информации.* Читатели должны понимать, почему данное сообщение важно именно сейчас. Это может быть связано с актуальными событиями, инициативами правительства или изменениями в законодательстве. Например, если речь идет о новых социальных программах, можно упомянуть, как они повлияют на жизнь граждан;

– *вопросы для вовлечения.* Риторические вопросы побудят читателя задуматься о теме. Например: «Знаете ли вы, как новая программа поддержки семей поможет улучшить качество жизни в нашем регионе?» Это может вызвать интерес и желание узнать больше;

– *факты и статистика.* Актуальные факты или статистические данные подчеркивают важность темы. Например: «По данным последнего опроса, 70% жителей области поддерживают инициативу по улучшению инфраструктуры». Такие данные могут служить доказательством значимости обсуждаемой темы;

– *установка на дальнейшее чтение.* Завершите введение фразой, которая подготавливает читателя к основной части сообщения. Например: «Какие возможности открываются перед участниками региональной программы «Герои своего времени»? Рассказываем!».

Пример: «В Амурской области вступает в силу новая программа поддержки многодетных семей, которая призвана улучшить условия жизни амурчан. Какие изменения ждут вас и вашу семью? Рассказываем!»;

– **основная часть.** Здесь подробно раскрывается тема поста. Важно использовать четкие и лаконичные формулировки, избегая сложных терминов и длинных предложений. Основная часть может быть разбита на абзацы или пункты для облегчения восприятия информации. Пример:

«- В Зее на лыжной трассе в посёлке Светлый пройдёт открытое первенство Приамурья по лыжным гонкам «Лыжня надежд». Первый старт организаторы дадут завтра в 10:45

- Яркий турнир по всестилевому карате состоится в ФОКе на набережной Зеи. На него съедутся представители 7 регионов ДФО! Приходите

поддержать амурчан - торжественная церемония открытия состоится 1 марта, в 13:00

- Зрелищный матч на Кубок области по хоккею с мячом состоится на стадионе «Амур», в 11:30

- Также продолжается сезон в любительском чемпионате Приамурья по футболу на призы Губернатора. На выходных – немало интересных встреч»;

– **заключение.** Заключение является важной частью текста телеграм-канала, так как именно здесь можно подвести итоги, акцентировать внимание на ключевых моментах и побудить читателей к действиям. Пример: «*Что было интересного на этой неделе – смотрите в наших карточках*», «*Подробнее о направлении можно узнать на сайте Минэкономразвития Амурской области, об условиях поступления - на сайте ДальГАУ*», «*Будьте предельно осторожны с огнем и выполняйте правила, о которых мы написали в карточке*»;

– **использование эмодзи.** В текстах телеграм-канала Правительства Амурской области использование эмодзи играет важную роль в создании дружелюбного и доступного образа взаимодействия с подписчиками. Эмодзи помогают визуализировать эмоции и подчеркивать ключевые моменты сообщений, делая их более привлекательными и понятными. Особенно это актуально, когда речь идет о позитивных новостях, таких как открытие новых объектов или успешное завершение проектов. Например, использование символа «аплодисменты» при объявлении о достижениях усиливает впечатление от успеха.

Изучение современной коммуникации невозможно без учета новаций, связанных с внедрением в информационные сообщения эмодзи. Роль эмодзи в коммуникацией можно описать тем фактом, что еще в 2015 г. эмодзи «Face with Tears of Joy» была признана Оксфордским словарем словом года по частоте употребления в сети Интернет³⁷. Большинство современных сообщений содержат эмодзи. Как отмечает Ю. А. Иноземцева, современные эмодзи

³⁷ Продвижение в соцсетях: 12 советов от главреда Медузы Галины Тимченко // MYMEDIA. [Электронный ресурс]. URL: http://mymedia.org.ua/articles/media/sovetoy_timchenko_po_sotssetyam.html (дата обращения: 21.04.2024).

выступают в качестве самостоятельной единицы высказывания, которые выполняют роль невербальной коммуникации, отсутствующей при сетевом общении.³⁸ Функции эмодзи: во-первых, дублирование информации, которое заключается в дополнении текста эмоциональной реакцией с помощью эмодзи. Во-вторых, замещение информации, которое выражается в замене части текста на эмодзи с сохранением смысла сообщения. В-третьих, передача дополнительной эмоциональной окраски текста³⁹. Так, эмодзи «огонек» может добавить энергии и эмоций к сообщению о чем-то интересном или важном. Создание контента в мессенджере телеграм требует авторской подачи, поскольку аудитория заходит на каналы с целью получения уникального контента. Визуальная составляющая, в отличие от других мессенджеров и социальных сетей, в телеграм не так важна, как смысловая.

Тем не менее, важно соблюдать баланс и не перегружать текст избыточным количеством эмодзи, что может снизить серьезность сообщения. Использовать эмодзи следует уместно, соотнося их с контекстом информации, чтобы текст оставался профессиональным, но в то же время легким для восприятия. Это позволяет улучшить коммуникацию с аудиторией и делает информационный поток более динамичным и интерактивным.

Таким образом, грамотное построение текста в телеграм-канале позволяет не только донести информацию до широкой аудитории, но и наладить обратную связь с населением, что в свою очередь способствует повышению доверия к власти и улучшению общественного диалога.

2.2 Понятие коммуникативной стратегии, формирование положительного имиджа Амурской области через телеграм-канал

В современном мире, где информация распространяется с невероятной скоростью, эффективные коммуникационные стратегии становятся ключевыми для формирования имиджа регионов. Одним из наиболее популярных инструментов для реализации таких стратегий сегодня является социальная сеть

³⁸ Иванов А.Д. Чат-бот в телеграм и ВКонтакте как новый канал распространения новостей. М., 2016. С. 7.

³⁹ Кононов Н.В. Код Дурова. Реальная история ВКонтакте и её создателя.. Спб., 2012. С.14.

Телеграм. Эффективная коммуникативная стратегия позволяет не только донести информацию до аудитории, но и создать эмоциональную связь, повысить уровень доверия и вовлеченности.

Так, О. С. Иссерс под коммуникативной стратегией понимает «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели», включающий в себя планирование процесса общения, а также его реализацию с учетом отдельно взятой коммуникативной ситуации⁴⁰. А. А. Попов трактует коммуникативную стратегию как «общий план коммуникативного поведения, посредством которого выбирается оптимальное решение коммуникативных задач и реализуются речевые действия коммуниканта»⁴¹. Исследователь уточняет, что выбранная стратегия реализуется с помощью следования определенной линии речевого поведения, принятой на основе осознания коммуникативной ситуации и направленной на достижение конечной коммуникативной цели, что содержательно отражает идею, заложенную в определении О. С. Иссерс. В понимании В. И. Карасика, коммуникативные стратегии представляют собой «структурированные цели, в которых конкретизируются этапы и средства реализации дискурса»⁴².

Исходя из особенностей Телеграм, где коммуникация предполагает установление стабильного канала связи между автором и читателями с учетом виртуальности дискурса, стратегии выступают инструментом речевой инициативы адресанта, где его индивидуальность раскрывается в их языковом воплощении: Элемент уникальности играет важную роль при закреплении желаемого образа у аудитории в процессе формирования положительного имиджа.

Изучением стратегического арсенала онлайн-пространства занимались такие ученые, как А.А. Попов («Характеристика коммуникативных стратегий, реализуемых в блогах журналистов») А.И. Дубских («Средства реализации

⁴⁰ Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. 5-е изд. М., 2008. С. 70.

⁴¹ Попов. А.А. Характеристика коммуникативных стратегий, реализуемых в блогах журналистов. М., 2013. С. 161.

⁴² Карасик В.И. Лингвокультурные характеристики педагогического дискурса. М., 2023. С.125.

коммуникативной стратегии «Самопрезентации» личности в массово-информационном дискурсе», Е.И. Горшкова («Коммуникативные тактики согласия в Интернет-коммуникации») и др. В рамках представленной работы в качестве базовой мы определяем типологию, предложенную О.С. Иссерс, принимая во внимание её универсальность и большую дескриптивную силу. Согласно О.С. Иссерс, с функциональной точки зрения, ведущие стратегии коммуникативного пространства можно считать основными. К ним относят когнитивные и семантические стратегии (например, стратегия подчинения, стратегия дискредитации). К вспомогательным стратегиям относят те, которые способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия на протяжении всего процесса коммуникации. Примером такой стратегии может служить стратегия «Самопрезентации», которая помогает сформировать положительный имидж с помощью языковых средств в коммуникативном пространстве телеграм-канала. С помощью стратегии «передачи объективной информации о себе» автор канала стремится сообщить фактологический материал о регионе.

Так, например, в телеграм-канале Правительства Амурской области особое внимание уделяется трем ключевым аспектам: экономическому развитию региона, культурным особенностям и географическому положению (рисунок 5). Эти факторы могут быть эффективно представлены в цифровом пространстве для улучшения восприятия области, как привлекательного места для жизни, работы и инвестиций.

Экономический аспект:

– **природные ресурсы и инвестиционный потенциал.** Амурская область богата природными ресурсами, что создает возможности для развития различных отраслей экономики, таких как сельское хозяйство, лесное хозяйство и добыча полезных ископаемых. В телеграм-канале опубликована информация о новых инвестиционных проектах, успехах местных предприятий и возможностях для бизнеса.

«В два раза увеличить производство сои у нас в регионе – амбициозная задача, которую мы себе поставили несколько лет назад»;

«Министр сельского хозяйства РФ оценила темпы развития мегафермы «Луч». Это масштабный инвестиционный проект в Ивановском округе, который реализуется при поддержке государства»;

«В 2024 году по предварительным оценкам наши аграрии поставили очередной рекорд в растениеводстве, собрав наивысший урожай зерновых – 650 тысяч тонн»;

«Сегодня чествовали наших аграриев. Именно благодаря их труду развиваются амурские села, растет производство молока и глубокая переработка сельскохозяйственной продукции»;

– **развитие инфраструктуры.** Инфраструктурные проекты, такие как строительство дорог, мостов и объектов социальной инфраструктуры, также могут стать темой для контента. Регулярные обновления о ходе реализации проектов способствуют формированию доверия к власти и бизнесу региона.

«После зимнего перерыва в Серышеве возобновили строительство путепровода»;

«По программе «Комплексное развитие сельских территорий» в этом году построили детский сад в Ивановке, строится центр культурного развития в Сквородине. В 2025 году планируем начать строительство школы искусств в Серышеве, арендного дома в Ивановке и многое другое»;

Культурный аспект:

– **многообразие культурного наследия.** Амурская область обладает богатым культурным наследием, включая традиции коренных народов, исторические памятники и культурные мероприятия. телеграм-канал может служить платформой для анонсирования культурных событий, выставок и фестивалей, что поможет привлечь внимание к региону. Например:

«Международный российско–китайский гастрономический фестиваль «Берега вкуса» в 2024 году проходит сразу на двух берегах Амура: с 17 по 23 августа – в Хэйхэ, с 21 по 24 августа – в Благовещенске»;

«В Приамурье при поддержке президентского гранта прошел Международный творческий фестиваль «Детство на Амуре»;

«В рамках межрегионального форума «Опыт и проблемы при реализации Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения Российской Федерации до 2025 года» прошел праздничный концерт, посвященный 20-летию регионального отделения «Союза пенсионеров России»;

«В Приамурье прошел фестиваль уличного кино»;

«В Приамурье стартовал фестиваль «Время сарафана». Проект начался с большой выставки «Кукла в сарафане» в областном Доме народного творчества»;

«Жителей и гостей города ждут на фольклорный праздник «Капуста на бис»! Там можно попробовать голубцы, вареники, пирожки с любимым овощем, а также узнать секреты квашения и даже засолить капусту»;

Географический аспект:

– уникальное географическое положение. Амурская область расположена на границе с Китаем, что открывает возможности для международного сотрудничества и торговли. Информация о пограничном сотрудничестве и возможностях для бизнеса с зарубежными партнерами может быть интересна как местным жителям, так и потенциальным инвесторам.

«За последние несколько лет Амурская область стала своего рода «практической лабораторией» сотрудничества России и Китая»;

«Амурская область задает тренды регионального сотрудничества в развитии российско-китайских отношений»;

«Благовещенск – особенный город, других, похожих, больше нет. У него уникальное географическое положение, которое открывает огромные перспективы для развития»;

«В силу уникального географического положения, Китай является ключевым международным партнером Амурской области. Протяженность границы с китайской провинцией Хэйлуцзян составляет около 1200

километров, а Благовещенск остается единственным административным центром в непосредственной близости с КНР»;

«В активной стадии строительства находится еще один уникальный проект трансграничной канатной дороги между Благовещенском и Хэйхэ»;

– **природные достопримечательности.** Природные красоты региона, такие как реки или заповедники, могут быть активно продвигаемы через визуальный контент в телеграм-канале. Это поможет привлечь туристов и создать позитивный имидж области как места для отдыха и приключений.

«Делимся с вами красивыми снимками эко-турбазы «Амурская Шамбала» в Бурейском округе»;

«В Норском заповеднике открылась интерактивная зона»

«Хинганский заповедник опубликовал снимки мишки, которые были сделаны на фотоловушку»;

«В Зейском заповеднике проложили новую туристическую тропу»;

«Оксана Савченко очень много путешествует! Она знакома с невероятными местами нашего региона, одно из таких – потрясающий Норский заповедник»;

«В Хинганском заповеднике восстанавливают популяцию редких видов птиц».



Рисунок 5 – Тематика постов телеграм-канала Правительства Амурской области

Таким образом, формирование положительного имиджа Амурской области через телеграм-канал – это комплексный процесс, который требует учета экономических, культурных и географических аспектов. Эффективное использование этой платформы позволит не только повысить информированность о регионе, но и привлечь инвестиции, туристов и новые кадры. Важно продолжать развивать стратегию контентного маркетинга с акцентом на уникальные особенности области.

2.3 Языковые средства формирования положительного имиджа региона на основе телеграм-канала

В современном мире, где информация распространяется с невероятной скоростью, формирование положительного имиджа региона становится важной задачей для местных властей, бизнесменов и активистов. Одним из эффективных инструментов для достижения этой цели является телеграм-канал. С помощью лингвистических средств можно создать привлекательный образ региона, который будет привлекать внимание и вызывать интерес у широкой аудитории.

Лингвистические факторы – это «языковые особенности функционального стиля на уровне узуса и индивидуального авторского стиля»⁴³.

К ним относятся лингвистические средства выразительности. Использование метафор, аллитераций и других стилистических приемов может значительно обогатить контент телеграм-канала. Например, описывая природу региона, можно использовать яркие эпитеты и сравнения, которые помогут создать запоминающийся образ. Фразы вроде «Амурская область – это жемчужина Дальнего Востока» могут быть использованы для подчеркивания уникальности региона.

«Амурская область – это кладезь возможностей».

⁴³ Карасик В.И. Лингвокультурные характеристики педагогического дискурса. М., 2023. С. 279.

Формирование положительного имиджа Амурской области через телеграм-канал требует использования разнообразных лингвистических средств, которые помогут подчеркнуть уникальные черты региона и привлечь внимание к его достижениям. Рассмотрим несколько примеров, которые могут быть применены для создания привлекательного имиджа Амурской области.

Формирование положительного имиджа Амурской области через телеграм-канал – это многогранный процесс, который требует комплексного подхода и использования различных лингвистических средств. Создавая интересный и разнообразный контент, активно взаимодействуя с аудиторией и подчеркивая уникальные черты региона, можно значительно повысить его привлекательность и укрепить позитивное восприятие среди жителей и гостей. В конечном итоге это приведет к росту интереса к региону, привлечению туристов и инвестиций, а также к улучшению качества жизни местных жителей.

Анализ телеграм-каналов, которые представляют собой самостоятельный контент, не повторяющий социальные сети и не агрегирующий неоригинальные новости, позволил выявить ряд языковых особенностей текстов.

2.3.1 Лексические средства в текстах телеграм-канала Правительства Амурской области

Телеграм-канал Правительства Амурской области стал важным инструментом коммуникации с гражданами, позволяя оперативно информировать население о событиях, инициативах и достижениях региона. Одним из ключевых аспектов успешного функционирования такого канала является использование лексических средств, которые помогают создать ясный, доступный и привлекательный контент.

Эмоционально окрашенные слова. Для создания позитивного имиджа региона используются слова с положительной коннотацией, такие как «успех», «достижения», «развитие». Это способствует формированию у граждан чувства гордости за свою область и вовлеченности в ее жизнь.

Так, слово «уникальный» – подчеркивает особенности природы и культуры. «Гостеприимный» – акцент на дружелюбии местных жителей. «Развивающийся» – отражает динамичное развитие экономики и инфраструктуры.

Пример: *«Амурская область – это уникальный уголок России, где вас встретят с теплом и гостеприимством!».*

При образовании экспрессивных слов в телеграм-каналах реализуются все законы словообразования. Широкое распространение в среде экспрессивного словообразования имеет суффиксация. Суффиксация, как один из основных способов словообразования, позволяет формировать слова, которые не только передают информацию, но и вызывают определенные чувства и ассоциации. Суффиксы позволяют создавать слова с положительной коннотацией. Например, использование суффикса «-к», «-очк» в словах делает посты более теплыми и близкими.

Пример: *«Также Мария Алексеевна пообщалась с самыми юными амурчанами – воспитанниками социально–реабилитационного центра «Забота». Там находятся детки возрастом от нуля до четырех лет»; «Красивые мамочки Приамурья. Сколько же счастья, материнской любви, доброты и заботы в этих фотографиях».*

Использование суффиксации в коммуникации, особенно в таких форматах, как телеграм-каналы, может значительно повысить эмоциональную привлекательность контента и улучшить восприятие информации аудиторией.

Термины. Термины являются частью лексических средств языка. Они представляют собой специальные слова или словосочетания, которые используются в определенной области знаний или деятельности для обозначения конкретных понятий, явлений, процессов. Канал часто включает профессиональные термины. Их можно разделить на следующие группы (рисунок 6):

А) Экономика и инвестиции («инвестиционный проект», «государственная поддержка», «инвестор», «резидент», «агропромышленный комплекс») Например:

«У нас в области есть два крупных инвестиционных проекта в газовой отрасли – это Амурский газоперерабатывающий завод и Амурский газохимический комплекс»;

«Глава Приамурья посетил новый цех, открытый при государственной поддержке»;

«В Приамурье есть проекты, которые курирует лично Президент: космодром Восточный, газовый кластер»;

«С господдержкой построено 685 предприятий, инвесторами фактически вложено в экономику 3,4 трлн Р.»;

«Средняя зарплата на предприятиях резидентов ТОР выше среднероссийской на 38%»;

«В 2,4 раза возросло производство продукции агропромышленного комплекса»;

«Рост промышленного производства опережает среднероссийский на 30%».

Б) Туризм («промышленный туризм», «отраслевой туризм», «агломерация», «бердвотчинг»).

«Промышленный туризм: я в процессе»;

«В итоге было разработано 15 предложений по развитию агломерации Свободный – Циолковский и продвижению области как космической столицы России»;

«В этом году международный форум «Путешествуй» представит ряд новых площадок, направленных на развитие отраслевого туризма»;

«Расписание туров на май от экскурсионного бюро «Лесная Поляна»;

«25 мая бердвотчинг в Муравьевском парке. Выезжаем в 9.30».

В) Политика («выборы», «политическая партия», «институты гражданского общества», «внутренняя политика», «законодательные инициативы»).

«Кроме того, член Общественной палаты в случае избрания должен будет приостановить членство в политической партии на срок осуществления полномочий»;

«Консультирование и прием документов осуществляет заместитель начальника отдела по взаимодействию с институтами гражданского общества управления внутренней политики аппарата губернатора области и Правительства области Оксана Александровна Конюх»;

«Друзья, приходите на выборы. Ваше мнение важно»;

«Слушатели освоят механизмы формирования и продвижения законодательных инициатив, а также особенности взаимодействия с институтами власти».

Использование данной лексики помогает создать впечатление о высоком уровне информированности и серьезности представляемой информации.



Рисунок 6 – Классификация терминов телеграм-канала Правительства Амурской области

Сокращенные слова. Сокращение слов – это процесс образования кратких форм слов или выражений. Сокращение слов в тексте применяется с

целью уменьшить объем слов в посте. Например, сложносокращённые слова – это слова, образованные путём сокращения словосочетаний или отдельных слов: «нацпроект», «соцвыплаты», «господдержка», «госуниверситет», «полпред», «зампред» и т.д.

«Благодаря нацпроекту «Культура», в библиотеке установили новую мебель и стеллажи, закупили современное оборудование – интерактивные столы и песочницу, компьютеры и очки VR»;

«Благодаря господдержке региональные компании переходят на современное оборудование».

Звуковые аббревиатуры образуются из начальных звуков словосочетания и произносятся как единое слово. Например (ДФО, ВЭФ, ТОР, АЭФ, БАМ):

«Зампред Правительства России – полпред Президента в ДФО провел совещание по подготовке к проведению юбилейного X ВЭФ»;

«Большой интерес есть к историческому периоду, когда строился БАМ»;

«По результатам 2024 года показатели плана реализации проектов резидентов ТОР перевыполнены – по инвестициям на 24%, по рабочим местам в 3 раза»;

«В рамках АЭФ будут обсуждать такие вопросы, как российско–китайское сотрудничество на Дальнем Востоке».

Сжатие текста обеспечивает сохранение ключевой информации, делая пост более емким, лаконичным и простым для понимания.

Заемствованные слова. Заемствованные слова в текстах, публикуемых в телеграм-каналах, таких как правительственный канал Амурской области, могут включать термины и выражения из различных языков, особенно английского. Это может быть связано с современными тенденциями, технологиями и международным сотрудничеством.

Так, слово «юкигассен» происходит от японских слов «юки» – «снег» и «кассен» – «битва» («Для Дальневосточного турнира юкигассен слепят около 20 тысяч снежков»).

Слово «дроппер» происходит от английского drop, которое переводится как «бросать», «капать». В контексте мошенничества дроппер – человек, которого преступники используют для получения денежных средств, товаров или услуг, приобретённых незаконным путём (*Преступники входят в доверие к детям и подталкивают их к оформлению дебетовых карт, которые в дальнейшем могут использоваться для обналичивания средств обманутых граждан. В таких ситуациях подростки неосознанно становятся соучастниками преступлений – их называют «дропперы»*).

«Амбассадор» – человек, нанятый организацией или компанией, чтобы повышать узнаваемость бренда, представлять бренд в позитивном свете, привлекать внимание к деятельности организации. Слово происходит от французского слова ambassadeur, что означает «посол; посланец». (*«А почётным гостем и амбассадором марафона стала трёхкратная олимпийская чемпионка Юлия Чепалова»*).

«Хештег» – это разновидность тега в виде слова или сочетания слов с предшествующим знаком решётки, используемая как помета в сообщениях. Оно образовано от английского слова hashtag, где hash – знак решётки (#), а tag – метка (*«Поздравляйте своих мам в Одноклассниках или Вконтакте, обязательно ставьте хештеги #Самаялучшаямама #Амурскаяобласть #Годсемьи»*).

Правильное использование хештегов помогает улучшить видимость постов. В телеграм-канале Правительства Приамурья используются географические хештеги. Географические хэштеги – это хештеги, которые имеют привязку к месту, городу. Например: #игры_наАмуре2024; #всейсемьей28; #ПриамурьеВЭФ2024.

«Лайфхак» – слово английского происхождения. Он образован путём слияния английских слов life («жизнь») и hack («взломать»). Лайфхак – хитрость или полезный совет, помогающий эффективно решить ту или иную проблему (*«Они могут помочь нам разобраться в каких-то вопросах, которые*

сложно понять, поделиться своими знаниями и умениями. Вот топ-7 лайфхаков специально для вас!»).

Слово «магирус» может использоваться как название строительного грузового автомобиля, которые производились германской автомобилестроительной фирмой Magirus. (*«А вы знаете, что такое «магирус»? Это очередное слово из нашего словаря БАМа! А означает оно строительный грузовой автомобиль»*).

«Янгмэй» – плодородное дерево семейства Мириковые, происходящее из Восточной Азии, обычно растёт в Китае. Слово «янгмэй» происходит от китайского иероглифа 松 (梅), что означает «слива» (*«Среди привычных нам оказался экзотический фрукт – янгмэй свежий или китайская земляника»*).

«Маркетинг» – организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товаре. Слово является калькой с английского marketing, от английского market (глагол) «выводить на рынок; торговать; продавать» и английского market (существительное) «рынок» (*«Участники форума напрямую общаются с представителями власти, транспортно-логистических компаний и специалистами в маркетинге»*).

«Стартап» (от англ. startup company, startup, букв. «стартующий») – термин, впервые использованный Forbes в августе 1976 года и Business Week в сентябре 1977 года для обозначения компаний с короткой историей операционной деятельности (*«В регионе планируют ввести стипендии для талантливых студентов IT-направлений, а также грантовую поддержку студенческих стартапов»*).

Слово «хакатон» представляет собой соединение английских слов «хакинг» и «марафон», где «хакинг» используется в значении «исследовательское программирование» (*«В хакатоне принимают участие 8 команд, а это более 40 человек»*).

«Буккроссинг» (англ. BookCrossing) – это хобби и общественное движение, которое представляет собой книгообмен между людьми

(«Обновление коснулось и прилегающей территории. Здесь уложили тротуарную плитку, поставили лавочки и урны, а еще – навильон для буккроссинга»).

2.3.2 Стилистические средства в текстах телеграм-канала Правительства Амурской области

Телеграм-канал Правительства Амурской области стал важным инструментом для информирования населения о деятельности органов власти, реализации социальных программ и актуальных событиях региона. В текстах этого канала используются различные стилистические средства, которые помогают эффективно донести информацию до аудитории, повысить её вовлеченность и создать положительный имидж.

Метафоры и сравнения

Метафоры делают тексты более яркими и запоминающимися. Их можно поделить на следующие лексико-семантические группы (рисунок 7):

Природные образы.

«Амурская область – жемчужина Дальнего Востока».

Это выражение использует метафору, сравнивающую регион с драгоценным камнем. Слово «жемчужина» подразумевает уникальность и ценность, что создает у читателя ассоциации с красотой и значимостью Амурской области в контексте всего Дальнего Востока. Такой подход может способствовать формированию гордости у местных жителей и интереса у потенциальных туристов.

«Посетите Амурскую область, где природа словно сама рисует картины, а каждый уголок – это новое открытие!». В этом примере используется поэтический язык, который создает образ живописного и разнообразного ландшафта региона. Фраза «природа словно сама рисует картины» вызывает визуальные ассоциации и передает ощущение красоты и гармонии. Упоминание о «новых открытиях» стимулирует интерес к путешествиям и исследованию региона.

Ещё один пример: *«Наши леса – это зеленое сердце региона»*. Здесь также используется метафора, которая придает лесам особое значение. Сравнение лесов с «сердцем» подчеркивает их жизненно важную роль в экосистеме региона и в жизни его жителей. Это выражение может вызывать ассоциации с природной красотой и экологической устойчивостью, что важно для привлечения внимания к вопросам охраны окружающей среды и устойчивого развития.

Концепция фундамента и основы.

«Все для получения знаний и навыков, которые в будущем станут фундаментом освоения любого дела»;

«Дорогие ребята, пусть ваша школьная жизнь будет насыщенной, яркой и послужит надежным фундаментом для вашего будущего».

В данном контексте метафоры подчеркивают важность знаний и навыков как базовых элементов, на которых строится дальнейшее развитие и успех в различных сферах жизни.

Образ сердца.

«Амурские предприниматели запустили необычный проект – кафе «Сердце Амура». Использование слова «сердце» в названии кафе символизирует любовь и привязанность к региону.

«Получился яркий фильм о том, как выглядит самое сердце БАМа – город Тында». Здесь «сердце» указывает на центральное значение города Тынды в системе БАМа (Байкало-Амурской магистрали). Это место, где происходит жизнь и развитие.

«Получили частицу пламени очага «Сердце России», который зажгли в честь открытия Года семьи, объявленного нашим Президентом». Название «Сердце России» намекает на важность проекта для всей страны, как символа единства и поддержки семейных ценностей.

«Наши амбассадоры – это люди, которые всем сердцем любят Амурскую область». Здесь «всем сердцем» указывает на искреннюю преданность и

любовь к родному региону. Амбассадоры представляют собой людей, активно поддерживающих и развивающих область.

«Вы не только по долгу службы, но и по зову сердца готовы поддержать своих подопечных». «Зов сердца» подразумевает внутреннее стремление и искреннее желание помочь другим. Это выражает не только профессиональную обязанность, но и личную заинтересованность.

Образ прогресса.

Эта группа объединяет метафоры, в которых слово «шаг» используется для обозначения действий, ведущих к достижению целей, переходу на новый уровень или изменению статуса. Каждая метафора подчеркивает значимость этих «шагов» в различных контекстах – от здоровья и отношений до технологий и гражданских прав.

«Каждый шаг к цели – это ваш личный вклад в здоровье»;

«Выбор дня бракосочетания – важный шаг для каждой пары»;

«Каждое изобретение, каждое научное открытие – это уверенный шаг в технологичное будущее»;

«Это не просто документ – это шаг во взрослую жизнь. Ребята становятся полноправными гражданами Российской Федерации».

Образ памяти.

Метафоры, использованные в следующих примерах, создают образ истории как живого и значимого процесса, где каждое событие или достижение становится «страницей», важной для понимания культурного наследия и формирования современного общества.

«На классных часах школьникам рассказывали об этой памятной дате, героических страницах истории Отечества»;

«Уверен, этот экспонат будет интересен всем, кто хочет узнать больше о прошлом своей страны, её героических страницах»;

«Строительство БАМа – это славная страница нашей истории».



Рисунок 7 – Лексико-семантические группы метафор

Метонимия – это перенос значения слова на основе фактической связи или сходства. В телеграм-канале Правительства региона метонимия позволяет передать информацию более лаконично и понятно. В условиях ограниченного формата сообщений, таких как в телеграм-каналах, метонимия позволяет экономить слова и передавать информацию более эффективно. Например, во фразе *«область приняла решение»* слово «область» может обозначать не сам регион, а его органы власти. Использование метонимии может акцентировать внимание на важности определённых аспектов работы правительства, таких как «образование» или «здравоохранение», что может способствовать повышению общественного интереса: *«Экономика региона растёт»* – «экономика» здесь может представлять собой бизнес-сообщество, предпринимателей и рабочие места. Также метонимия может быть использована для сокращённого обозначения популярных мемов или шуток, что позволяет создать эффект общности между участниками канала.

Ирония – это языковая фигура, которая позволяет передать противоположность между сказанным и имеющейся ситуацией. В телеграм-канале Правительства Амурской области ирония широко используется для создания саркастических комментариев с целью вызвать общественное порицание. Например: *«Амурчанин трижды попался пьяным за рулем и*

отправился в колонию общего режима. За такой «хет–трик» ему дали 1,5 года лишения свободы». В данном предложении ирония заключается в использовании термина «хет–трик», который обычно применяется в спорте для обозначения достижения игрока, забившего три гола в одном матче. Здесь этот термин используется в контексте уголовного правонарушения, что создает контраст между положительным значением спортивного достижения и негативными последствиями уголовного поведения.

Олицетворение – это прием, при котором нечто неживое, абстрактное или животное наделяется человеческими качествами, эмоциями или действиями. Образы, основанные на олицетворении, могут сделать текст более живым и интересным, что способствует привлечению внимания к сообщениям и увеличивает их запоминаемость. Например: *«Чуть–чуть считается! Пьяному водителю зачтётся всё! Об этом даже Зейский мост говорит».*

Таким образом, в современном информационном обществе Telegram–каналы становятся все более популярным способом получения новостей и информации.

Особенности текстов телеграм-каналов обусловлены их спецификой и целями, которые преследуют создатели каналов. Во-первых, тексты в таких каналах обычно краткие и лаконичные. Во-вторых, тексты в телеграм-каналах часто имеют свою уникальную стилистику. Авторы могут использовать разные приемы и техники, чтобы выделить свои тексты среди остальных. Это может быть использование юмора, сарказма и других элементов, которые делают тексты более привлекательными для чтения. И в-третьих, тексты в телеграм-каналах отличаются своими особенностями, включая использование слов с прямым и переносным значением.

2.3.3 Грамматические средства в текстах телеграм-канала Правительства Амурской области

В ходе анализа среди 140 постов мы выделили группы основных частей речи, которые реализуются в публицистическом стиле: существительные, прилагательные и глаголы (рисунок 8).



Рисунок 8 – Соотношение наиболее распространенных частей речи

Большую часть составляют существительные:

Обобщённые и отвлечённые языковые единицы. Существительные в единственном числе часто приобретают собирательное значение (например, «*читатель*», «*студент*», «*пенсионер*», «*избиратель*»). При этом личные местоимения «я» и «мои» не используются, вместо них чаще встречаются «мы» и «наш».

Вторая группа – это глаголы:

Глагольные формы настоящего времени. Подчёркивают актуальность события (например, «Событие проходит при поддержке Минстроя России», «Огнеборцы делают все возможное, чтобы оперативно тушить возгорания»).

Глаголы в форме повелительного наклонения. Используются для активизации внимания адресата. Проведение опросов о предпочтениях подписчиков или конкурсов на лучшее фото из региона может повысить вовлеченность. Обращение к подписчикам в телеграм-канале Правительства включает в себя использование таких глаголов, как «просим», «опубликуем», «дарим». Например:

«Поэтому просим наших подписчиков рассказать в нашем сообществе Вконтакте, какое место самое лучшее в Приамурье для путешествий зимой. Обязательно дополните свой мини-рассказ фотографиями. Автору самого

интересного комментария вручим брендированную толстовку «Дальний Восток – Земля приключений». Этот пример нацелен на вовлечение подписчиков в активное участие и создание контента. Оно начинается с призыва к действию («просим наших подписчиков рассказать»), что подчеркивает интерактивный подход к общению с аудиторией.

«Совсем скоро опубликуем результаты розыгрыша шикарного мерча, созданного специально к 50-летию начала строительства БАМа!». Здесь акцент делается на предстоящем событии – публикации результатов розыгрыша, что создает ожидание и интерес среди подписчиков. Фраза «совсем скоро» усиливает чувство срочности. Упоминание «шикарного мерча» вызывает положительные эмоции и ассоциации с уникальностью и значимостью события (50-летие БАМа), что может привлечь внимание не только подписчиков, но и новых пользователей.

Например, глагол «смотрите» является призывом к действию, создавая активное вовлечение: *«Смотрите нашу галерею, чтобы увидеть, как прекрасна Амурская область в любое время года!»; «Что было интересного на этой неделе – смотрите в наших карточках»; «По такому случаю приготовили для вас крутой ролик с соревнований по футболу. Скорее смотрите!».*

Глаголы в повелительном наклонении («выбирайте», «берите», «принимайте», «подключайтесь») создают активный тон и побуждают к действию.

«Прямо сейчас подключайтесь к прямому эфиру. Говорим на очень важную тему – «Профилактика бытовых пожаров».

«Подписывайтесь на аппетитный тг-канал фестиваля – @beregavkusa». Глагол «подписывайтесь» является прямым призывом к действию.

«Подписывайтесь на официальный телеграм-канал губернатора Амурской области Василия Орлова». Слово «официальный» придает доверие к источнику информации. Упоминание губернатора добавляет значимость каналу. Призыв к подписке создает ощущение вовлеченности аудитории.

Таким образом, обращение к подписчикам в телеграм-канале Правительства Амурской области, как правило, включает использование глаголов в изъявительном наклонении, таких как «просим», «опубликуем», «дарим». Эти глаголы выражают действия, которые будут совершены или уже совершены, и создают более прямое и информативное общение с аудиторией.

Употребление прилагательных с оценочным значением составляют количественно небольшую группу (отличный, прекрасный, чудесный). Например:

«Прекрасные косули переманивают внимание амурского орнитолога Антона Сасина на себя»;

«Такой чудесный журавлик теперь обитает в Муравьевском парке.»

«Поздравляю с дважды отличным результатом! Так держать! ».

Также для выражения высокой оценки используются формы превосходной степени имён прилагательных.

«А вот и мы с рубрикой, в которой делимся с вами самыми яркими новостями»;

«Главным гостем стал Павел Подколызин – баскетболист, актёр, самый высокий человек России»;

«Более 30 событий. Выберите самое интересное!»;

«За два дня организаторы выявляли сильнейшие команды. Их, кстати, было 18»;

«По сложившейся традиции, сидеть за ними будут лучшие ученики».

Таким образом, для текстов таких каналов характерны общие черты публицистического стиля.

Телеграм-канал Амурской области стал важным инструментом для информирования населения о событиях, новостях и инициативах местных властей. Важной частью его эффективности является использование разнообразных средств, которые помогают донести информацию до целевой аудитории – синтаксические конструкции и стилевые приемы, используемые в контенте канала.

Эффективность телеграм-канала во многом зависит от того, как именно представлена информация. Использование разнообразных синтаксических конструкций позволяет сделать контент более привлекательным и доступным для широкой аудитории. Синтаксис сообщений также имеет свои особенности, которые способствуют лучшему восприятию информации:

Короткие и простые предложения: использование коротких предложений помогает сделать информацию более ясной и легкой для восприятия, и особенно важно в условиях быстрого чтения на мобильных устройствах. Краткость способствует тому, что ключевые моменты выделяются и запоминаются легче. Кроме того, использование простого языка снижает барьеры для восприятия, что особенно актуально для людей с разным уровнем образования. Короткие предложения также помогают удерживать внимание читателя. В условиях информационного перегруза важно, чтобы сообщения были лаконичными и содержательными. Это повышает вероятность того, что пользователи прочитают текст до конца и усвоят его содержание. Наконец, такой подход способствует более быстрому обмену информацией. Временные задержки в восприятии текста минимизируются, что особенно важно в ситуациях, когда необходимо быстро реагировать на изменения. Это делает коммуникацию более эффективной и целенаправленной, а также доступной для всех слоев населения. Например;

«Вот лишь некоторые успехи в цифрах:

- в амурских школах открыты 44 «Точки роста»*
- обустроены 40 дворов, 14 общественных территорий, 21 детская площадка, 5 скверов и парков*
- отремонтированы 235 километров дорог»;*
- «Что ждет участников? Рассказываем:*
- Обучение в одном из лучших федеральных ВУЗов.*
- Стажировки у ведущих управленцев региона.*
- Работа на руководящих позициях в органах власти.*
- Решения, от которых зависит развитие региона».*

Вопросительные и восклицательные конструкции: часто используются вопросы, чтобы привлечь внимание аудитории к социально важным темам региона. Например, *«Вы знаете о новых социальных программах?»*, *«Здорово, правда?»*, *«А вы уже знакомы с программой долгосрочных сбережений?»*, *«А вы уже проголосовали за самых творческих, спортивных и патриотичных пенсионеров области?»*, *«Албазинский острог» собирает всех на «капусту»! Да–да, вы не ослышались!»*, *«Ура! Год семьи официально стартовал»*, *«Первую шайбу забивает юношеская сборная Амурской области!»*, *«Первый период окончен! 1:0 в нашу пользу!»*, *«Уже совсем скоро новый учебный год!»*. Все это может стимулировать интерес к дальнейшему чтению.

Перечисления: для структурирования информации используются перечисления, что помогает выделить ключевые моменты. Например:

«Яркие, интересные, увлеченные – все это про наших «инноваторов»;

«Запоминаем! Фестиваль будет проходить в течение трех дней:

– 29 ноября – конкурсные просмотры танцевальных программ,

– 30 ноября – состязание по спортивно–бальным танцам,

– 1 декабря – Гала–концерт»;

«Рассказываем, куда сходить и за кого поболеть на амурских спортивных площадках:

–В Зее на лыжной трассе в посёлке Светлый пройдёт открытое первенство Приамурья по лыжным гонкам «Лыжня надежд». Старт завтра в 10:45

– Яркий турнир по всестилевому карате состоится в ФОКе на набережной Зеи. На него съедутся представители 7 регионов ДФО! Приходите поддержать амурчан – торжественная церемония открытия состоится 1 марта, в 13:00

– Зрелищный матч на Кубок области по хоккею с мячом состоится на стадионе «Амур», в 11:30».

Эллипсис: зачастую ограниченном пространстве сообщений в телеграмме авторы часто используют эллипсис для сокращения выражений, сохранения эмоциональной окраски или создания эффекта незавершенности, вызывая интерес и усиливая желание у абонентов дочитать текст до конца. Использование эллипсиса может помочь выделить ключевые моменты, делая их более запоминающимися. В результате, посты становятся не просто информационными, но и эмоционально насыщенными, что способствует формированию активного диалога и вовлеченности граждан в обсуждение актуальных тем, касающихся жизни региона.

«Конец недели – пора подводить итоги»;

«Потенциальный подрядчик – это СК «Мост»;

«На выходных – немало интересных встреч»;

«Подробнее – на сайте» ;

«На выходных – решающие противостояния»;

«Подробнее с результатами заявочной кампании – в карточке».

Цитаты: включение цитат известных личностей или местных лидеров добавляет авторитетности сообщению и может вдохновлять читателей. Цитаты способны создать эмоциональную связь с аудиторией, подчеркивая важность обсуждаемых тем и делая их более личными. Когда известные фигуры, будь то политики, ученые или культурные деятели, высказывают свои мысли по актуальным вопросам, это не только привлекает внимание, но и формирует доверие к источнику информации. Читатели ощущают, что их интересы разделяют люди, добившиеся успеха в своей области, что может стать мощным стимулом для активного участия в жизни региона.

«Нам очень хотелось подарить всем присутствующим в клубе праздничное настроение, передать театральную атмосферу. Постарались своими выступлениями скрасить будни военнослужащих и, судя по бурным аплодисментам, это удалось!», – говорит артист Сергей Еременко»;

«В течение ближайших трех лет мы все основные региональные дороги приведем в соответствие. И мы уже с аппетитом, если можно так сказать, смотрим на дорогу Введеновка–Февральск», – говорит глава региона»;

«Всего в этом году в рамках федеральной программы начнем ремонтировать семь школ. В пяти из них работы уже начались. По двум оставшимся объектам – школам в Возжаевке и Серышеве идет подписание контрактов с подрядчиками», – сказал министр строительства и архитектуры Приамурья Николай Сибиряков».

Кроме того, использование цитат может служить основой для дальнейшего обсуждения и анализа. Когда в постах появляются высказывания местных лидеров, это создает пространство для диалога между властью и гражданами. Читатели могут делиться своими мнениями о сказанном, задавать вопросы и высказывать предложения, что способствует формированию обратной связи. Таким образом, телеграм-канал становится не только каналом информирования, но и платформой для активного взаимодействия с населением. Например, цитата губернатора о развитии региона может стать мощным мотивирующим элементом.

Таким образом, телеграм-канал Амурской области использует разнообразные языковые средства для эффективного общения с аудиторией. Лексические средства, синтаксические конструкции и стилевые приемы работают в едином ключе, создавая привлекательный и информативный контент. Это позволяет не только донести важную информацию до жителей региона, но и укрепить связь между властями и гражданами, способствуя активному участию последнего в жизни области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования языковых особенностей текстов телеграм-каналов было выявлено множество аспектов, которые позволяют лучше понять уникальные черты дискурса в данном новом типе медиа. Анализ показал, что телеграм-каналы обладают своими особенностями в использовании лексики, что делает их контент более привлекательным для аудитории.

Языковые средства играют ключевую роль в формировании и поддержании положительного имиджа региона в современном медиaprостранстве. Особенно это касается использования социальных платформ, таких как телеграм-каналы, которые обладают уникальной способностью быстро и эффективно распространять информацию среди широкой аудитории. Коммуникативная стратегия «Самопрезентация» помогает сформировать положительный имидж с помощью языковых средств в коммуникативном пространстве телеграм-канала. В телеграм-канале Правительства Амурской области особое внимание уделяется трем ключевым аспектам: экономическому развитию региона, культурным особенностям и географическому положению. Эти факторы могут быть эффективно представлены в цифровом пространстве для улучшения восприятия области, как привлекательного места для жизни, работы и инвестиций.

Среди ключевых характеристик текстов телеграм-канала следует отметить упрощение грамматических конструкций, стремление создать доступный текст для читателя. Такие средства, как восклицательные предложения и риторические вопросы, помогают создать более яркий и запоминающийся контент. Использование позитивной лексики и эмоционально окрашенных слов способствует формированию у граждан чувства гордости за свой регион.

Эмоциональное вовлечение аудитории способствует более глубокому восприятию информации и, как следствие, более эффективному формированию положительного имиджа. Кроме того, способность к емкой и точной передаче

ключевой информации о достижениях и преимуществах региона также важна для создания положительного впечатления.

Заимствованные слова в текстах, публикуемых в телеграм-канале Правительства Амурской области, могут включать термины и выражения из различных языков, особенно английского. Это может быть связано с современными тенденциями, технологиями и международным сотрудничеством.

Исследование языковых особенностей текстов телеграм-канала является актуальным и важным направлением, которое поможет развить стратегии контент-публикаций. Анализ текстов позволяет выявить ключевые темы, эмоциональные акценты и стилистические приемы, которые наиболее эффективно резонируют с аудиторией.

Таким образом, комплексное использование языковых средств в контексте телеграм-канала Правительства региона является мощным инструментом в руках специалистов по продвижению, позволяя не только информировать широкую аудиторию о регионе, но и создавать привлекательный имидж, способствующий его популяризации и развитию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аванесян, Н. Л. телеграм как пример мессенджера: возможности и перспективы развития / Н. Л. Аванесян // Научный потенциал XXI века: Сборник материалов Международной научно–практической конференции: Академия, 2017. – 61-65с.
- 2 Аксак, В. А. Общение в сети Интернет. Просто как дважды два / В. А. Аксак. – М.: 2006. – 256 с.
- 3 Алиев, В. К. и др., Интернет – проще простого! / В. К. Алиев, Д. Винницкий. – М.: 2012. – 188 с.
- 4 Андрианов, П. С. Образование компьютерного сленга на базе английского языка / П. С. Андрианов // Качество открытого дистанционного образования концепции, проблемы, решения. – 2018. – № 7. – С. 201-205.
- 5 Архипова, А. Ю. Английские аббревиатуры в системе Интернет – общения. Интернет – сленг / А. Ю. Архипова // Сборник статей по материалам LXXXII студенческой международной научно–практической конференции. – Новосибирск: 2019. – Вып. 23. – С. 30-35.
- 6 Ахманова, О. С. Очерки по общей и русской лексикологии / О. С. Ахманова. – М.: УРСС, 2005. – 294 с.
- 7 Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
- 8 Бабалова, Г. Г. Компьютерный сленг / Г. Г. Бабалова // Омский Научный Вестник. – 2015. – № 3 (139). – С. 38-42.
- 9 Балакирев, Е. В., Поиск работы через Интернет / Е. В. Балакирев. – М.: 2008 – 147 с.
- 10 Бирюков, Н. Б. Молодежный сленг в призме фонетической мимикрии / Н. Б. Бирюков // Преподаватели высшей школы в XXI веке. – 2015. – № 2. – С. 111-116.

- 11 Богданова, Л. И. Стилистика русского языка и культура речи: Лексикология для речевых действий: учебное пособие / Л. И. Богданова. – 5–е изд. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 248 с.
- 12 Бондаренко, О. В. телеграм-каналы как новый вид коммуникации с общественностью / О. В. Бондаренко // Век информации. – 2018. – № 2–2. – С. 170-172.
- 13 Валгина, Н. С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие для студентов вузов / Н. С. Валгина. – М.: 2003. – 304 с.
- 14 Вендина, Т. И. Введение в языкознание: учебник для вузов / Т. И. Вендина. – 4–е изд., перераб. и доп. – Москва: 2024. – 333 с.
- 15 Виноградова, Н. В. Компьютерный сленг и литературный язык: проблемы конкуренции / Н. В. Виноградова. – М.: 2011. – 247 с.
- 16 Виноградов, В. В. Лексикология и лексикография: избр.труды / В. В. Виноградов. – М.: 1977. – 312 с.
- 17 Войскунский, А. Е., Психология и Интернет / А. Е. Войскунский. – М.: 2010 – 439 с.
- 18 Гамов, А. Н. История происхождения термина «сленг» / А. Н. Гамов // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2016. – № 10. – С. 62-66.
- 19 Глазков, А. В. Семантика: от слова к тексту: учебник и практикум для вузов / А. В. Глазков. – М.: 2024. – 492 с.
- 20 Глазырина, А. И. Компьютерный подъязык: термины, жаргонизмы, профессионализмы / А. И. Глазырина // Вестник Челябинского университета. – 2013. – № 24 (315). Вып. 82. – С. 77-80.
- 21 Голуб, И. Б. Стилистика русского языка: учебник для вузов [Электронный ресурс] / И.Б. Голуб.– М.: Издательство Юрайт, 2018. – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/511649>. – 12.04.2024.
- 22 Гумбольдт, В. Ф. Избранные труды по языкознанию / В. Ф. Гумбольдт. – М.: 1984. – 398 с.

- 23 Гумбольдт, В. Ф. Избранные труды по Говердовская, Е. В. Новые существительные в лексике современного русского языка / Е. В. Говердовская // Русский язык в школе. – 1992. – № 3. – С. 46-48.
- 24 Горошко, Е. И. Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений телеграм) / Е. И. Горошко // Жанры речи. – 2017. – № 1 (15). – С. 92-100.
- 25 Горошко, Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное / Е. И. Горошко, Е. А. Жигалина // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). № 1. Ч. 1. – С. 105-124.
- 26 Дедова, О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете: монография / О. В. Дедова. – М.: 2008. – 282 с.
- 27 Добросклонская, Т. Г. Медиа́текст: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Вестник Моск. ун-та. – 2005. – № 10. – 28 с.
- 28 Дядченко, М. В., Холодилина А.Ю. Роль телеграм-каналов в российском инфополе / М. В. Дядченко, А. Ю. Холодилина // Язык и коммуникация в контексте культуры: материалы международной научно–практической онлайн–конференции. – Ростов-на-Дону, 2022. – С. 311-316.
- 29 Зимарин, Р. А. Альтернативные каналы коммуникации как новый тренд получения политической информации (на примере политических телеграм-каналов) / Р. А. Зимарин // Социально–гуманитарные знания. – 2020. – № 4. – С. 350-357.
- 30 Зияитдинов А. М. Сленг геймеров / Актуальные вопросы филологической науки XXI века : сборник статей по материалам III Всероссийской научной конференции молодых ученых с международным участием / А. М. Зияитдинов. – Екатеринбург: 2013. – С. 77-82.
- 31 Иванов, А. Д. Чат–бот в телеграм и ВКонтакте как новый канал распространения новостей / Д. А. Иванов // Вестник ВУиТ. – 2016. – № 3. – С. 78-83.

- 32 Испирян, К. С. Интернет – общение: типы, особенности, причины / К. С. Испирян // Научное сообщество студентов XXI столетия. Технические науки: сборник статей по материалам LXXVIII международной студенческой научно практической конференции. – 2019. – № 6. – С. 62-66.
- 33 Калинин, А.В. Лексика русского языка / А. В. Калинин. – М.: 1978. – 232 с.
- 34 Карпов, Э. С. Функционирование сленга в контексте медиа пространства интернета / Э. С. Карпов // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего. – 2015. – № 6. – С. 238-243.
- 35 Кожина, М. Н. Диалогичность как категориальный признак письменного научного текста / М. Н. Кожина // Стилистика научного текста. – 1998. – № 2. – С. 124-195.
- 36 Кириллов, А. Г. Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями / А. Г. Кириллов // Жанры речи. – 2017. – № 2 (16). – С. 260-267.
- 37 Киселев, А. Р. Тематическая организация компьютерного сленга / А. Р. Киселев // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сборник статей по материалам XI международной студенческой научно практической конференции. – 2016 – № 57 (3). – С. 230-235.
- 38 Козырев, В. А. Русская лексикография / В.А. Козырев, В.Д. Черняк. – М.: 2004. – С. 69-83.
- 39 Колесникова, С. М Современный русский язык в 3 т. Том 1. Фонетика. Орфография. Лексикология. Словообразование: учебник и практикум для вузов / С. М. Колесникова // 2–е изд., перераб. и доп. – М.: 2024. – 383 с.
- 40 Колокольцева, Т. Н. Диалог и диалогичность в интернет-коммуникации // Изв. Волгоград. гос. пед. унта. – 2011. – Т. 62, № 8. – С. 128-133.
- 41 Колокольцева, Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка / Т. Н. Колокольцева // Грани познания. – 2011. – № 4 (14). – С. 13-17.

- 42 Коноплев, Д. Э. телеграм как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях / Д. Коноплев // Знак. Проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 3. – С. 198–200.
- 43 Копыл, В. И. Общение в Интернете / В. И. Копыл. – М.: 2005. – 48 с.
- 44 Костадинов, В. И. Медиаконвергенция и языковые особенности интернет–пространства в современных условиях / В. И. Костадинов // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2016. – № 4. – С. 139-146.
- 45 Котелова, Н. З. Избранные работы / Н. З. Котелова // Российская академия наук; Институт лингвистических исследований. – СПб.: Нестор–История, 2015. – 276 с.
- 46 Котелова, Н.З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов / Н.З. Котелова // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука ЛО, 1990. – С. 8-9.
- 47 Котелова, Н.З. Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов [Текст] / Н.З. Котелова // Советская лексикография. – М.: Энциклопедия, 1988. – С. 46-63.
- 48 Кропачева, М. А. Подвижность молодежного жаргона / М. А. Кропачева // Проблемы социо– и психолингвистики. – 2009. – № 31. – С. 21-23.
- 49 Кушнерук, С. Л. Фреймирование предвыборной политической ситуации в дискурсе телеграм-канала / С. Л. Кушнерук // Медиалингвистика. – 2022. – Т. 9, № 3. – С. 220-236.
- 50 Ларионова, Е.В. Новейшие англицизмы в современном русском языке / Е.В. Ларионова. – СПб.: Питер, 1996. – 128 с.
- 51 Леонтьев, В. П. Интернет: справочник / В. П. Леонтьев. – М.: 2011. – 24 с.
- 52 Лоте, Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов / Д. С. Лоте. – М.: Наука, 1982. – 152 с.
- 53 Лыков, А. Г. Современная русская лексикология. Русское окказиональное слово: учеб. Пособие / Лыков А. Г. – М.: Изд–во Высшая школа, 1976. – 120 с.

- 54 Магфурова, С.О. К вопросу о взаимодействии лексической и грамматической семантики на уровне системы языка / С.О. Магфурова, Е.М. Маклакова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – №5(59). – С. 114-116
- 55 Макаров, М. Л. Жанры в электронной коммуникации / М. Л. Макаров // Жанры речи. – 2005. – № 4. – С. 336-351.
- 56 Максимов, В.И. Русский язык и культура / В.И. Максимов – М.: Гардарики, 2000. – 411 с.
- 57 Малахов, А. А. Сегментация и фрагментация аудитории на примере телеграм-каналов / А. А. Малахов. – М.: 2022. – С. 255-263.
- 58 Мелконян, Н. И. К вопросу о способах образования компьютерного сленга / Н. И. Мелконян // Вестник Адыгейского государственного университета. –2012. – № 2. – С. 212-214.
- 59 Минчук И. И. Стратегии дистрибуции новостного контента в мессенджерах Viber и телеграм / И. И Минчук // Научно–практическая конференция. – Минск: 2019. – 157-165 с.
- 60 Намитокова, Р. Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект / Р. Ю. Намитокова. – Ростов-на-Дону.: 1986. – 156 с.
- 61 Панаева, В. О. телеграм-каналы как новые медиа России / В. О. Панаева // Современные проблемы литературоведения, лингвистики и коммуникативистики глазами молодых ученых: сб. ст. – Уфа: 2018. – С. 183-186.
- 62 Парфенова, В. В. Функциональные группы российских СМИ по уровню адаптации контента на платформе мессенджера телеграм / В. В. Парфенова // Век информации. – 2018. – Т. 2. № 2 (3). – С. 11-15.
- 63 Полякова, Т. Л. Виртуальное жанроведение как одно из направлений интернет–лингвистики / Т. Л. Полякова. М: 2012. – С. 18-20.
- 64 Пустошило, Е. П. Лексикология, фразеология, лексикография / Е. П. Пустошило. // Учебно–методический комплекс по русскому языку для студентов пед.спец. – Гродно, 2011. – 141 с.

- 65 Рахманова, Л. И., Суздальцева, В. Н. Современный русский язык. Лексика. Фразеология. Морфология. / Л. И. Рахманова, В. Н. Суздальцева. – М.: 1997. – 480 с.
- 66 Рогачёва, Н. Б. Новые приоритеты в русском Интернет–общении: на материале жанра блога / Н. Б. Рогачёва // Жанры речи: сб. науч. ст. – 2007. – № 5. – С. 389-403.
- 67 Розенталь, Д.Э. Современный русский язык / Д.Э. Розенталь, И. Б. Голуб, М. А. Теленкова. – М.: 1991. – 560 с.
- 68 Розенталь Д. Э. Словарь лингвистических терминов. / Д. Э. Розенталь. – М.: 1976. – 543 с.
- 69 Рошин, С. М. Интернет–технологии / С. М. Рошин, Е. В. Чумазова. – Брянск: 2010 – 118 с.
- 70 Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. / В. З. Санников. – М.: 2002. – 552 с.
- 71 Сергодеев, В. А. Коммуникативные практики в сетевых интернет–сообществах / В. А. Сергодеев // Вестник Адыгейского Государственного Университета. – 2014. – № 1. – С. 11-17.
- 72 Сергодеев, В. А. Сетевые интернет–сообщества: сущность и социокультурные характеристики / В. А. Сергодеев // Вестник Адыгейского Государственного Университета. – 2013. – № 1. – С. 26-32.
- 73 Смирнов, Н. Н. Эффективность кадровой политики как фактор обеспечения национальной безопасности России (на основе анализа контента телеграм-каналов в период мобилизации) / Н. Н. Смирнов // Академическая мысль. – 2022. – № 4(21). – С. 246-249.
- 74 Смирнова, Е. А. Метафора в русскоязычном компьютерном сленге / Е. А. Смирнова // Витебск: Образование XXI века. – 2012. – № 6. – С.179-180.
- 75 Соколова, Д. В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере телеграм / Д. В. Соколова // Медиа–скоп. – 2017. – Вып. 4. – С. 12-20.

- 76 Солдаткина Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров / Я. В. Солдаткина // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2018. – Т. 23, № 3. – С. 323-330.
- 77 Соловьев, Д. С. Интернет–магазин без правил / Д. С. Соловьев. – Санкт–Петербург: 2014 – 173 с.
- 78 Соловьев, А. И. Международный мессенджер телеграм как медийный ресурс / А. И. Соловьев // Международная научно–практическая конференция. – Минск: 2018. – С. 133-134.
- 79 Сорокина, Э. А. Язык для специальных целей как средство общения / Э. А. Сорокина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – №4 (386). Вып. 100. – С. 169-172.
- 80 Сороколетов, Ф. П. История русской лексикографии / Ф. П. Сороколетов. – СПб.: Наука, 2001. – 616 с.
- 81 Сулаквелидзе, Н. М. Особенности медиатекста в мессенджере телеграм. / Н. М. Сулаквелидзе // Кризисный двадцатый век: парадоксы революционного кода и судьбы литературы. – Самара: 2018. – С. 241-247.
- 82 Татур, И. А., Кознова, Н. Н. Особенности присутствия СМИ в телеграм / И. А. Татур, Н. Н. Кознова // E–SCIO. – 2019. – № 11 (38). – С. 546-552.
- 83 Тогоева, С. И. Современная лексикография и новые единицы номинации / С. И. Тогоева. – М.: Академия, 2007. – 264 с.
- 84 Топчий, И. В. Соцсети и СМИ: взаимодействие в эпоху «эстетического поворота» / И. В. Топчий // Медиасреда. – 2018. – № 1. – С. 217-221.
- 85 Тошович Б. Интернет–стилистика / Б. Тошович. – М.: 2015 – 229 с.
- 86 Усачева, О. Ю. Лингвокультура языковой личности в интернет-коммуникации / О. Ю. Усачева // Государственная служба. – 2005. – №5. – С. 97-102.
- 87 Фельде, О. В. Профессиональные подязыки и терминологии русского языка как объекты научного изучения: автореф. дис. докт. филолог.

наук: 10.02.15 / О. В. Фельде. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2015. – 184 с.

88 Фомина, М. И. Лексикология / М. И. Фомина. – М.: Высшая школа, 1990. – 416 с.

89 Чепик, Е. Ю. Компьютерная лексикография как одно из направлений современной прикладной лингвистики / Е. Ю. Чепик // Ученые записки таврического национального университета им В. И. Вернадского. – 2006. – № 3-4. – С. 274-279.

90 Чигина, Н. В., Оржеховская К. А. Особенности словообразования компьютерного сленга / Н. В. Чигина, К. А. Оржеховская // Новая наука: опыт, традиции, инновации. – 2016. – 61 № 10 (2). – С. 127-130.

91 Шанский, Н. М. Лексикология современного русского языка / Н. М. Шанский // 2–е изд., испр. – М.: Просвещение, 1972. – 327 с.

92 Шмелёва, Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелёва // Жанры речи: сб. науч. ст. Вып. 1. – 1997. – С. 88-99.

93 Штукарева, Е. Б. Языковые особенности маркетингового текста в социальных сетях / Е. Б. Штукарева // Вестник Моск. гос. лингвистического ун-та. Гуманитарные науки. – 2020. – Вып. 2 (831). – С. 184-194.

94 Щипицина, Л. Ю. Жанры компьютерно–опосредованной коммуникации: монография / Л. Ю. Щипицина. – Архангельск: 2009. – 238 с.

95 Щипицина Л. Ю. Компьютерно–опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа / Л. Ю. Щипицина. – М.: КРАСАНД, 2010. 296 с.

96 Щерба, Л. В. Опыт общей теории лексикографии языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – Л.: Наука, 1974 – 428 с.

97 Щерба, Л.В. Языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – М.: Наука, 1974. – 304 с.

98 Щитова, О. Г. Лексикографические источники изучения функциональной эквивалентности иноязычных новаций в русском языке начала XXI в / О. Г. Щитова // Вестн. Том. Гос. Ун-та, 2012. – №355. – С. 113-118.

99 Ярцева В. Н. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

100 Яшина, А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ / А. Р. Яшина. – Саранск: 2021. – С. 327-334.

ПРИЛОЖЕНИЕ

1. *«В Свободненском районе библиотека получила статус модельной».*
2. *«В Зее на лыжной трассе в посёлке Светлый пройдёт открытое первенство Приамурья по лыжным гонкам «Лыжня надежд». Первый старт организаторы дадут завтра в 10:45*
 - *Яркий турнир по всестилевому карате состоится в ФОКе на набережной Зеи. На него съедутся представители 7 регионов ДФО! Приходите поддержать амурчан – торжественная церемония открытия состоится 1 марта, в 13:00*
 - *Зрелищный матч на Кубок области по хоккею с мячом состоится на стадионе «Амур», в 11:30*
 - *Также продолжается сезон в любительском чемпионате Приамурья по футболу на призы Губернатора. На выходных – немало интересных встреч»;*
3. *«Что было интересного на этой неделе – смотрите в наших карточках»;*
4. *«Подробнее о направлении можно узнать на сайте Минэкономразвития Амурской области, об условиях поступления – на сайте ДальГАУ»;*
5. *«Будьте предельно осторожны с огнем и выполняйте правила, о которых мы написали в карточке»;*
6. *«Делимся с вами невероятными снимками Зейского округа»;*
7. *«Делимся с вами милыми кадрами из Первомайского парка Благовещенска»;*
8. *«Зрители стали свидетелями захватывающего шоу, которое надолго останется в памяти! Делимся с вами невероятным роликом»;*
9. *«Такой красивой столицу Приамурья увидела туристка из Китая Ян А. Девушка поделилась фото с подписчиками в соцсетях и рассказала, что ей было очень приятно побывать за границей»;*

10. *«Делимся с вами роликом Только осторожно! После просмотра видео заново влюбляешься в Амурскую область!»;*

11. *«В следующем году планирую снова обратиться в Центр кредитной поддержки предпринимательства за новым кредитом, хочу купить еще один автомобиль», – говорит Владимир»;*

12. *«В целом довольна, что на таком статусном турнире я с медалью», – говорит 25-летняя благовещенка Каролина Агеенко»;*

13. *«Пока мы только занимаемся выращиванием. Берём малька, привозим и выращиваем его непосредственно в своих бассейнах», – говорит Иван Блохин»;*

14. *«Можно в одном месте пообщаться с разными работодателями, сравнить условия, которые они предлагают, и выбрать, к кому прийти на итоговое собеседование», – говорит замруководителя центра занятости населения Елена Горелик»;*

15. *«В рамках АЭФ пройдет национальный праздник Якутии – Ысыаха Мероприятие запланировано на 25 мая и на территории ДальГАУ»;*

16. *«Друзья, делимся с вами программой российско-китайский зимних игр на Амуре. Первый день, 24 февраля пройдут хоккейные матчи. А на следующий, 25 февраля, – зрелищные автомобильные гонки»; «В результате событие прошло в разы*

17. *масштабнее, чем планировалось! Собрало почти 150 работодателей со всей области. Они представили больше 3036 вакансий»;*

18. *«Миллион получила молодой специалист из Иннокентьевки благодаря программе «Земский фельдшер»;*

19. *«49 амурчанок с начала года обрели счастье материнства после процедуры ЭКО Медицинскую услугу они получили бесплатно благодаря реализации нацпроекта «Семья», инициированного Президентом»;*

20. *«Учитель из какого населенного пункта вам понравился больше? Голосуем!»;*

21. *«Голосуйте за Амурскую область. Ура! Наш регион вышел в финал конкурса видеороликов о благоустройстве по проекту «Формирование комфортной городской среды»;*

22. *«Вы уже начали снимать фильм про Амурскую область? Напоминаем, прием заявок на конкурс «Дальний Восток – Земля приключений», который инициировал Юрий Трутнев, уже начался!»;*

23. *«Амурчанам предлагают делать «Экоселфи с пользой». Участникам конкурса необходимо сделать селфи в любом месте, где они занимаются благоустройством окружающей среды или собирают мусор»;*

24. *«Амурчане, у вас есть бренд? Заявите о себе! Стартовал третий сезон конкурса #ЗнайНаших. Трамплин для российских брендов, которые готовы расти и покорять новые рынки!»;*

25. *«Амурская область – это жемчужина Дальнего Востока»;*

26. *«Амурская область – это кладезь возможностей»;*

27. *«Амурская область – это уникальный уголок России, где вас встретят с теплом и гостеприимством!»;*

28. *«Также Мария Алексеевна пообщалась с самыми юными амурчанами – воспитанниками социально–реабилитационного центра «Забота». Там находятся детки возрастом от нуля до четырех лет»;*

29. *«Посетите Амурскую область, где природа словно сама рисует картины, а каждый уголок – это новое открытие!»;*

30. *«Наши леса – это зеленое сердце региона»;*

31. *«Все для получения знаний и навыков, которые в будущем станут фундаментом освоения любого дела»;*

32. *«Дорогие ребята, пусть ваша школьная жизнь будет насыщенной, яркой и послужит надежным фундаментом для вашего будущего»;*

33. *«Амурские предприниматели запустили необычный проект – кафе «Сердце Амура»;*
34. *«Получился яркий фильм о том, как выглядит самое сердце БАМа – город Тында»;*
35. *«Получили частицу пламени очага «Сердце России», который зажгли в честь открытия Года семьи, объявленного нашим Президентом»;*
36. *«Наши амбассадоры – это люди, которые всем сердцем любят Амурскую область»;*
37. *«Вы не только по долгу службы, но и по зову сердца готовы поддержать своих подопечных»;*
38. *«Каждый шаг к цели – это ваш личный вклад в здоровье»;*
39. *«Выбор дня бракосочетания – важный шаг для каждой пары»;*
40. *«Каждое изобретение, каждое научное открытие – это уверенный шаг в технологичное будущее»;*
41. *«Это не просто документ – это шаг во взрослую жизнь. Ребята становятся полноправными гражданами Российской Федерации»;*
42. *«На классных часах школьникам рассказывали об этой памятной дате, героических страницах истории Отечества»;*
43. *«Уверен, этот экспонат будет интересен всем, кто хочет узнать больше о прошлом своей страны, её героических страницах»;*
44. *«Строительство БАМа – это славная страница нашей истории»;*
45. *«Евгений Кушнир из Белогорска открыл филиал пиццерии в Благовещенске. Он принял решение приобрести новое помещение, а за средствами обратился в Центр кредитной поддержки предпринимательства»;*
46. *«Теперь жителей и гостей города балуют ароматным хлебом, сладостями и сытными закусками. Но на этом предприниматель не останавливаются – впереди запуск полноценной кофейни!»;*

47. *«Жительница Благовещенска Александра Кульпина за три года «раскрутила» свой собственный бизнес»;*

48. *«Валентина Лештаева в пригороде Благовещенска реализует проект, ориентированный на детей с ОВЗ»; «Уже в 15 лет Александра Нестерова вступила в Женскую хоккейную лигу, затем вошла в молодежную сборную и после – в женскую сборную России»;*

49. *«В этом году наш фестиваль «Амурская осень» собрал рекордное количество участников и гостей, став настоящим праздником для всей области!»;*

50. *«За 22 года «Амурская осень» стала визитной карточкой региона»;*

51. *«Пятый IT-куб в Приамурье! Центр был создан в рамках президентского нацпроекта «Образование»;*

52. *«В Свободном построили пятиэтажку для детей-сирот и переселенцев из аварийного жилья. Им передадут 67 квартир благодаря президентскому нацпроекту «Жилье и городская среда»;*

53. *«За шесть лет благодаря президентскому нацпроекту «Безопасные качественные дороги» в регионе стали лучше почти 500 километров дорог»;*

54. *«Благодаря длительному тесному сотрудничеству с Китаем мы накопили большой опыт партнёрства»;*

55. *«Евгений Кушнир из Белогорска открыл филиал пиццерии в Благовещенске. Он принял решение приобрести новое помещение, а за средствами обратился в Центр кредитной поддержки предпринимательства»;*

56. *«Теперь жителей и гостей города балуют ароматным хлебом, сладостями и сытными закусками. Но на этом предприниматель не останавливаются – впереди запуск полноценной кофейни!»;*

57. *«Жительница Благовещенска Александра Кульпина за три года «раскрутила» свой собственный бизнес»;*

58. *«Валентина Лештаева в пригороде Благовещенска реализует проект, ориентированный на детей с ОВЗ»; «Уже в 15 лет Александра Нестерова вступила в Женскую хоккейную лигу, затем вошла в молодежную сборную и после – в женскую сборную России»;*

59. *«В этом году наш фестиваль «Амурская осень» собрал рекордное количество участников и гостей, став настоящим праздником для всей области!»;*

60. *«За 22 года «Амурская осень» стала визитной карточкой региона»;*

61. *«Пятый IT-куб в Приамурье! Центр был создан в рамках президентского нацпроекта «Образование»;*

62. *«В Свободном построили пятиэтажку для детей-сирот и переселенцев из аварийного жилья. Им передадут 67 квартир благодаря президентскому нацпроекту «Жилье и городская среда»;*

63. *«За шесть лет благодаря президентскому нацпроекту «Безопасные качественные дороги» в регионе стали лучше почти 500 километров дорог»;*

64. *«Благодаря длительному тесному сотрудничеству с Китаем мы накопили большой опыт партнёрства»;*

65. *«Смотрите нашу галерею, чтобы увидеть, как прекрасна Амурская область в любое время года!»;*

66. *«Что было интересного на этой неделе – смотрите в наших карточках»;*

67. *«По такому случаю приготовили для вас крутой ролик с соревнований по футболу. Скорее смотрите!»;*

68. *«Прямо сейчас подключайтесь к прямому эфиру. Говорим на очень важную тему – «Профилактика бытовых пожаров»;*

69. *«Подписывайтесь на аппетитный тг-канал фестиваля – @beregavkusa»;*

70. *«Подписывайтесь на официальный телеграм-канал губернатора Амурской области Василия Орлова»;*

71. *«Выбирайте свой турмаршрут, берите с собой камеру и принимайте участие в конкурсе»;*

72. *«Приглашаем вас посетить наши уникальные места!»;*

73. *«У нас в области есть два крупных инвестиционных проекта в газовой отрасли – это Амурский газоперерабатывающий завод и Амурский газохимический комплекс»;*

74. *«Глава Приамурья посетил новый цех, открытый при государственной поддержке»;*

75. *«В Приамурье есть проекты, которые курирует лично Президент: космодром Восточный, газовый кластер»;*

76. *«С господдержкой построено 685 предприятий, инвесторами фактически вложено в экономику 3,4 трлн Р.»;*

77. *«Средняя зарплата на предприятиях резидентов ТОР выше среднероссийской на 38%»;*

78. *«В 2,4 раза возросло производство продукции агропромышленного комплекса»;*

79. *«Рост промышленного производства опережает среднероссийский на 30%»;*

80. *«Промышленный туризм: я в процессе»;*

81. *«В итоге было разработано 15 предложений по развитию агломерации Свободный – Циолковский и продвижению области как космической столицы России»;*

82. *«В этом году международный форум «Путешествуй» представит ряд новых площадок, направленных на развитие отраслевого туризма»;*

83. *«Расписание туров на май от экскурсионного бюро «Лесная Поляна»;*

84. *«25 мая бёрдвотчинг в Муравьевском парке. Выезжаем в 9.30».*

85. *«Кроме того, член Общественной палаты в случае избрания должен будет приостановить членство в политической партии на срок осуществления полномочий»;*

86. *«Консультирование и прием документов осуществляет заместитель начальника отдела по взаимодействию с институтами гражданского общества управления внутренней политики аппарата губернатора области и Правительства области Оксана Александровна Конюх»;*

87. *«Друзья, приходите на выборы. Ваше мнение важно»;*

88. *«Слушатели освоят механизмы формирования и продвижения законодательных инициатив, а также особенности взаимодействия с институтами власти»;*

89. *«Благодаря нацпроекту «Культура», в библиотеке установили новую мебель и стеллажи, закупили современное оборудование – интерактивные столы и песочницу, компьютеры и очки VR»;*

90. *«Благодаря господдержке региональные компании переходят на современное оборудование»;*

91. *«Зампред Правительства России – полпред Президента в ДФО провел совещание по подготовке к проведению юбилейного XVЭФ»;*

92. *«Большой интерес есть к историческому периоду, когда строился БАМ»;*

93. *«По результатам 2024 года показатели плана реализации проектов резидентов TOP перевыполнены – по инвестициям на 24%, по рабочим местам в 3 раза»;*

94. *«В рамках АЭФ будут обсуждать такие вопросы, как российско-китайское сотрудничество на Дальнем Востоке»;*

95. *«Есть места, где побывать стоит, надо приехать в Амурской область», – говорит Сергей»;*

96. *«Для Амурской области это большая честь – быть частью масштабного праздника спорта. Хочется пожелать удачи нашим спортсменам, достойно проявить себя и представить наш регион на первых международных играх «Дети Приморья», – сказала Светлана Яковлева»;*

97. *«Девушка призналась, что Амурская область стала отправной точкой для её карьеры. Именно с Белогорском у неё связаны первые творческие успехи»;*

98. *«Поэтому просим наших подписчиков рассказать в нашем сообществе Вконтакте, какое место самое лучшее в Приамурье для путешествий зимой. Обязательно дополните свой мини–рассказ фотографиями. Автору самого интересного комментария вручим брендированную толстовку «Дальний Восток – Земля приключений»;*

99. *«Совсем скоро опубликуем результаты розыгрыша шикарного мерча, созданного специально к 50–летию начала строительства БАМа!»;*

100. *«Мы дарим четыре пригласительных билета на зимние российско–китайские спортивные игры, которые пройдут на льду Амура 24 и 25 февраля, а также набор с брендированной сувенирной продукцией»;*

101. *«Амурская область – лидер по привлечению инвестиций на Дальнем Востоке. Чтобы удержать эту высокую планку, мы подготовили еще порядка 85 инвестпроектов на сумму 450 миллиардов рублей»;*

102. *«В два раза увеличить производство сои у нас в регионе – амбициозная задача, которую мы себе поставили несколько лет назад»;*

103. *«Министр сельского хозяйства РФ оценила темпы развития мегафермы «Луч». Это масштабный инвестпроект в Ивановском округе, который реализуется при поддержке государства»;*

104. *«В 2024 году по предварительным оценкам наши аграрии поставили очередной рекорд в растениеводстве, собрав наивысший урожай зерновых – 650 тысяч тонн»;*

105. *«Сегодня чествовали наших аграриев. Именно благодаря их труду развиваются амурские села, растет производство молока и глубокая переработка сельскохозяйственной продукции»;*

106. *«После зимнего перерыва в Серышеве возобновили строительство путепровода»;*

107. *«По программе «Комплексное развитие сельских территорий» в этом году построили детский сад в Ивановке, строится центр культурного развития в Сквородине. В 2025 году планируем начать строительство школы искусств в Серышеве, арендного дома в Ивановке и многое другое»; «Международный российско–китайский гастрономический фестиваль «Берега вкуса» в 2024 году проходит сразу на двух берегах Амура: с 17 по 23 августа – в Хэйхэ, с 21 по 24 августа – в Благовещенске»;*

108. *«В Приамурье при поддержке президентского гранта прошел Международный творческий фестиваль «Детство на Амуре»;*

109. *«В рамках межрегионального форума «Опыт и проблемы при реализации Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения Российской Федерации до 2025 года» прошел праздничный концерт, посвященный 20-летию регионального отделения «Союза пенсионеров России»;*

110. *«В Приамурье прошел фестиваль уличного кино»;*

111. *«В Приамурье стартовал фестиваль «Время сарафана». Проект начался с большой выставки «Кукла в сарафане» в областном Доме народного творчества»;*

112. *«Жителей и гостей города ждут на фольклорный праздник «Капуста на бис»! Там можно попробовать голубцы, вареники, пирожки с любимым овощем, а также узнать секреты квашения и даже засолить капусту»;*

113. *«В областном Доме народного творчества открылась выставка амурских мастеров. В проекте принимают участие более 30 талантливых умельцев декоративно–прикладного искусства»;*

114. *«В Приамурье выбирают самых творческих, спортивных и патриотичных пенсионеров. 1 сентября стартовало голосование за номинантов первого конкурса социально значимых поступков среди старшего поколения «Активное долголетие»;*

115. *«Жители Тынды организовали благотворительный концерт в поддержку участников СВО»;*

116. *«За последние несколько лет Амурская область стала своего рода «практической лабораторией» сотрудничества России и Китая»;*
«Амурская область задает тренды регионального сотрудничества в развитии российско–китайских отношений»;

117. *«Благовещенск – особенный город, других, похожих, больше нет. У него уникальное географическое положение, которое открывает огромные перспективы для развития»;*

118. *«В силу уникального географического положения, Китай является ключевым международным партнером Амурской области. Протяженность границы с китайской провинцией Хэйлуцзян составляет около 1200 километров, а Благовещенск остается единственным административным центром в непосредственной близости с КНР»;*

119. *«В активной стадии строительства находится еще один уникальный проект трансграничной канатной дороги между Благовещенском и Хэйхэ»;*

120. *«Делимся с вами красивыми снимками эко-турбазы «Амурская Шамбала» в Бурейском округе»;*

121. *«В Норском заповеднике открылась интерактивная зона»*

122. *«Хинганский заповедник опубликовал снимки мишки, которые были сделаны на фотоловушку»;*

123. *«В Зейском заповеднике проложили новую туристическую тропу»;*

124. *«Оксана Савченко очень много путешествует! Она знакома с невероятными местами нашего региона, одно из таких – потрясающий Норский заповедник»;*

125. *«В Хинганском заповеднике восстанавливают популяцию редких видов птиц»;*

126. *«Дальний Восток – это возможность для роста и развития в конкурентной среде, где каждый может стать бизнесменом или профессионалом. Это место, где открываются новые горизонты»;*

127. *«Амурчанин трижды попался пьяным за рулем и отправился в колонию общего режима. За такой «хет-трик» ему дали 1,5 года лишения свободы»;*

128. *«Чуть-чуть считается! Пьяному водителю зачтётся всё! Об этом даже Зейский мост говорит»;*

«Вот лишь некоторые успехи в цифрах:

– в амурских школах открыты 44 «Точки роста»

– обустроены 40 дворов, 14 общественных территорий, 21 детская площадка, 5 скверов и парков

– отремонтированы 235 километров дорог»;

«Что ждет участников? Рассказываем:

– Обучение в одном из лучших федеральных ВУЗов.

– Стажировки у ведущих управленцев региона.

– Работа на руководящих позициях в органах власти»;

129. *«Албазинский острог» собирает всех на «капусту»! Да-да, вы не ослышались!»*,

130. *«Первую шайбу забивает юношеская сборная Амурской области! Первый период окончен! 1:0 в нашу пользу!»*;

131. *«Яркие, интересные, увлеченные – все это про наших «инноваторов»*;

132. *«Запоминаем! Фестиваль будет проходить в течение трех дней:*

– 29 ноября – конкурсные просмотры танцевальных программ,

– 30 ноября – состязание по спортивно-бальным танцам,

– 1 декабря – Гала-концерт»;

133. *«Рассказываем, куда сходить и за кого поболеть на амурских спортивных площадках:*

–В Зее на лыжной трассе в посёлке Светлый пройдёт открытое первенство Приамурья по лыжным гонкам «Лыжня надежд». Старт завтра в 10:45

– Яркий турнир по всестилевому карате состоится в ФОКе на набережной Зеи. На него съедутся представители 7 регионов ДФО! Приходите поддержать амурчан – торжественная церемония открытия состоится 1 марта, в 13:00

134. *– Зрелищный матч на Кубок области по хоккею с мячом состоится на стадионе «Амур», в 11:30»*;

135. *«Конец недели – пора подводить итоги»*;

136. *«Потенциальный подрядчик – это СК «Мост»*;

137. *«На выходных – немало интересных встреч»*;

138. *«Подробнее с результатами заявочной кампании – в карточке»*.

139. «Нам очень хотелось подарить всем присутствующим в клубе праздничное настроение, передать театральную атмосферу. Постарались своими выступлениями скрасить будни военнослужащих и, судя по бурным аплодисментам, это удалось!», – говорит артист Сергей Еременко»;

140. «В течение ближайших трех лет мы все основные региональные дороги приведем в соответствие. И мы уже с аппетитом, если можно так сказать, смотрим на дорогу Введеновка–Февральск», – говорит глава региона»;

141. «Всего в этом году в рамках федеральной программы начнем ремонтировать семь школ. В пяти из них работы уже начались. По двум оставшимся объектам – школам в Возжаевке и Серышеве идет подписание контрактов с подрядчиками», – сказал министр строительства и архитектуры Приамурья Николай Сибиряков».

Классификация коммуникативных стратегий по О.А. Иссерс:

