

## ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

Жанры речи. 2024. Т. 19, № 4 (44). С. 368–384

*Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 4 (44), pp. 368–384

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-4-44-368-384>, EDN: WOEMIR

Научная статья

УДК [378:004.738.5](470+571):811.161.1'38

**Жанровое своеобразие официальных телеграм-каналов  
высших учебных заведений**

**Т. Г. Фирсова, О. В. Кошчева**✉

Саратовский национальный исследовательский государственный университет  
имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

**Фирсова Татьяна Геннадьевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры  
начального языкового и литературного образования, [tan-firsova@yandex.ru](mailto:tan-firsova@yandex.ru),  
<https://orcid.org/0000-0002-0493-0227>

**Кошчева Ольга Валерьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры логопедии  
и психолингвистики, [olga-kosheeva@yandex.ru](mailto:olga-kosheeva@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-8506-0867>

**Аннотация.** В настоящей статье представлено изучение жанрового поля официальных телеграм-каналов высших учебных заведений России. Показано, что публикации каналов на данной платформе сходны по своему структурному и стилевому оформлению: имеют мультимедийный и текстовый блоки, отличаются выраженной тезисностью и дробностью текста, интерактивностью и гипертекстовостью, сочетанием официально-делового и неформального характера подачи информации, другими признаками. Жанровый состав данных каналов имеет ядерную зону, в которую входят такие типы публикаций, как «новостной пост», «пост-анонс», «пост-презентация», «образовательный пост», «дайджест». Довольно частотными жанрами на официальных телеграм-каналах вузов можно считать «посты-поздравления», «посты-презентации образовательных программ», жанры «историческая хроника», «анкета», «репост»; относительно редкими – «дневник», «афиша», «цитаты» и другие модели. Индивидуальный стиль конкретного канала формируется на уровне комплексного подхода к составу жанровых форм и их знаковому выражению с помощью мультимедийных, текстовых и других систем. Для идентификации различных жанров на указанной платформе большую роль играют тематические, стилевые, содержательные, лексические, нежели композиционно-структурные и знаково-оформительские признаки. Устойчивость и единообразие ядерной зоны телеграм-каналов вузов, а также сходство структурных, стилевых и языковых характеристик входящих в него жанров позволяют говорить о возможности отнесения телеграм-канала вуза к особому типу гипержанровых систем.

**Ключевые слова:** медиапространство вуза, речевые жанры, Telegram, телеграм-канал вуза

**Для цитирования:** Фирсова Т. Г., Кошчева О. В. Жанровое своеобразие официальных телеграм-каналов высших учебных заведений // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 4 (44). С. 368–384. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-4-44-368-384>, EDN: WOEMIR

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

**Genre diversity of official Telegram channels of higher educational institutions**

**T. G. Firsova, O. V. Koshcheeva**✉

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

**Tatyana G. Firsova**, [tan-firsova@yandex.ru](mailto:tan-firsova@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-0493-0227>

**Olga V. Koshcheeva**, [olga-kosheeva@yandex.ru](mailto:olga-kosheeva@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-8506-0867>

**Abstract.** This article presents a study of the genre field of official Telegram channels of higher educational institutions in Russia. It is shown that the publications of these channels on this platform are similar in

their structural and stylistic design: they have multimedia and text blocks, are characterized by concise and fragmented text, interactivity and hypertextuality, a combination of official-business and informal presentation of information, among other features. The genre composition of these channels has a core zone, which includes types of publications such as “news post,” “announcement post,” “presentation post,” “educational post,” and “digest.” Common genres on official Telegram channels of universities include “congratulatory posts,” “presentation posts of educational programs,” genres like “historical chronicle,” “interview,” “repost”; relatively rare genres include “diary,” “schedule,” “quotes,” and other models. The individual style of a specific channel is formed through a comprehensive approach to the composition of genre forms and their symbolic expression using multimedia, textual, and other systems. For the identification of different genres on this platform, thematic, stylistic, content-based, lexical features play a greater role than compositional-structural and sign-formative characteristics. The stability and uniformity of the core zone of Telegram channels of universities, as well as the similarity of structural, stylistic, and linguistic characteristics of the genres included in it, allow us to speak about the possibility of classifying a university's Telegram channel as a special type of hyper-genre system.

**Keywords:** university media space, speech genres, Telegram, university Telegram channel

**For citation:** Firsova T. G., Koshcheeva O. V. Genre diversity of official Telegram channels of higher educational institutions. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 4 (44), pp. 368–384 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-4-44-368-384>, EDN: WOEMIR

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

## Введение

Медиакоммуникационное пространство высших учебных заведений в настоящее время активно расширяется за счет различных интернет-платформ и сервисов. Среди них особую популярность приобретают телеграм-каналы. Telegram называют новым видом узкопрофильных СМИ в телефоне и определяют как кроссплатформенный мессенджер, предназначенный для мгновенного обмена сообщениями. Функцию мессенджера он выполняет, прежде всего, в сфере персонального дискурса, межличностного общения или общения малых социальных групп. Но в последние годы активно развиваются официальные телеграм-каналы образовательных и других организаций, которые, не утрачивая свойства мессенджера (если администраторы подключают функцию комментирования постов), все же больше обладают свойствами медиасистем. Такие каналы служат для распространения широкому кругу пользователей информационного, тематического, образовательного, развлекательного, рекламного и другого рода контента.

Настоящая статья посвящена изучению жанрового своеобразия официальных телеграм-каналов высших учебных заведений России. Известно, что в последние годы «видимость» и активное представление университета в Интернете и социальных сетях является обязательным условием эффективной работы образовательной организации. С 2021 г. в России существует специальный медиарейтинг вузов, который составляет ведомство Министерства науки и высшего образования [1]. Он основывается на трех основных показателях: эффективность ра-

боты вуза со СМИ (Index Mass Media), социальными сетями (Index Social) и официальным сайтом (Index Site). С февраля 2022 г. уровень медийной активности стал одним из показателей эффективности работы вуза. Анализируется работа PR-департамента университетов на платформах ВКонтакте, Одноклассники, видеохостинге Rutub и Telegram: учитываются аудитория сайтов, активность подписчиков, трафик, приведенный на сайт вуза из соцсетей; время, которое посетители проводят на нем, количество посещений сайта за месяц, а также показатели отказов. Всего в M-RATE 57 показателей, которые включены в общедоступные метрики.

Активное развитие новых медиаресурсов вузов приводит к необходимости их изучения не только на уровне социопрагматических, целевых, тематических, содержательных характеристик, но и на уровне лингвистических особенностей. Представляется, что весьма показательным в данном направлении может выступить и речезанровый анализ. Возможные аспекты данного анализа мы видим в следующем: 1) уточнение речезанрового статуса новых систем коммуникации; 2) выявление «узконавального» набора жанровых форм, характерных для конкретной платформы, медиасистемы; 3) изучение особенностей функционирования на разных медиаплатформах типичных/специфических жанровых форм.

В настоящей работе мы предприняли попытку первичного анализа жанрового поля официальных телеграм-каналов вузов.

## Основная часть

Telegram-каналы появились в России в 2015 г. и представляют собой инструмент

мессенджера Telegram. В настоящее время отсутствует единый подход к определению понятия «телеграм-канал», но на разных интернет-ресурсах отмечаются следующие ключевые характеристики данного сервиса:

- телеграм-канал выступает инструментом, платформой коммуникативного взаимодействия для неограниченного по количеству сообщества людей, объединенных определенными целями, интересами;
- телеграм-каналы функционируют по подписной модели, при этом подписчики не видят состав участников общения, если только те не проявляют себя в комментариях и откликах на посты;
- возможностями создания и публикации любых материалов внутри канала обладают только его администраторы, подписчикам (с разрешения администраторов) доступны лишь комментарии и ответные реакции на посты в виде, например, эмодзи и др.;
- телеграм-каналы могут обладать разным уровнем приватности;
- по целевым задачам каналы делятся на экспертные, новостные, тематические и другие типы.

Изучение определений понятия «телеграм-канал» позволяет говорить о том, что в общем порядке эта система выступает технической площадкой, инструментом взаимодействия участников сообщества. Телеграм-каналы могут отличаться целями, аудиторией, набором типовых рубрик, тематикой постов и пр. Например, на базе телеграм-канала может дублироваться информация определенного источника СМИ, функционировать авторский тематический блог или блог профессионального сообщества.

В то же время конкретные типы каналов, в частности телеграм-каналы вузов, обладают достаточно устойчивым набором жанровых форм, областью функционирования, тематическим наполнением и особенностями языковой реализации.

В рамках представленного исследования мы предприняли попытку речезанрового анализа контента официальных телеграм-каналов российских вузов. Предметом нашего изучения стали публикации около 50 таких каналов. Для удобства статистической и содержательной обработки материалов изначально мы выбрали условный временной период, равный 1 месяцу. В дальнейшем к анализу были привлечены и публикации из других периодов работы каналов. Представим полученные нами данные.

### **Общие структурные и языковые особенности публикаций на телеграм-каналах вузов**

Посты в телеграм-каналах имеют ряд типичных особенностей, связанных с функционалом платформы Telegram и характером задач самих каналов.

Согласно техническим требованиям, в одной стандартной публикации может содержаться до 4096 знаков, в премиум-варианте – больше. При включении фото-, видео- и других мультимедийных материалов этот объем автоматически сокращается. Проведенный нами анализ постов телеграм-каналов вузов показал, что для подавляющего большинства публикаций характерно сочетание текстовых данных и визуального ряда в виде подборок фотографий, видеоматериалов. Мультимедийный блок почти всегда дается в начале публикации, за ним следует тезисная информация, содержащая выборку ключевых моментов поста. Наиболее частотный объем знаков в изученных нами публикациях варьировался от 500 до 1500 единиц с пробелами, но встречались посты и на 200, и на 2300 и даже более знаков. Данный показатель был неоднозначным как на уровне публикаций в различных каналах, так и внутри одного канала.

Мы отметили, что при различном объеме текстового материала структурное расположение и знаковое оформление публикаций обладают сходными чертами. Представим их.

1. В композиционном отношении большинство постов в телеграм-каналах вузов строится по следующей модели: «мультимедиа – заголовок / вводная фраза – 2–3 или более абзацев с основным содержанием – завершающий блок». Можно сказать, что эти компоненты являются относительно устойчивыми, но, разумеется, их объем, оформление и знаковое выражение могут быть довольно вариативными. Одним из активно используемых структурных компонентов многих постов являются хештеги. Они могут открывать или завершать публикацию, встречаться в основном содержании текста. Их основная функция – «якоря», служащие для привязки публикации к той или иной тематической группе, передачи ядерного замысла текста, глобального поиска аналогичных постов. На разных каналах мы отметили различную степень активности в использовании хештегов. Приведем некоторые примеры:

ТГ-канал МГУ: #наука\_мгу, #поступайправильно, #270 летМГУ, #новости\_мгу, #возможности\_мгу, #угадайгде\_мгу и другие;

ТГ-канал СГУ: #Приём2024, #ВыпускникСГУ, #Приоритет2030, #НаукаСГУ, #МолодыеученыеСГУ, #Доброе\_утро и другие;

ТГ-канал НГУ: #АБИТУРИЕНТУ2024, #кампус, #кампусНГУ #кампусмировогоуровня, #наукаиуниверситеты и другие.

В некоторых телеграм-каналах вузов хештеги не используются вовсе, в некоторых являются постоянным структурным и содержательным компонентом постов. По данным названиям можно довольно легко судить о тематическом, содержательном наполнении публикации, но ее жанровая принадлежность будет зависеть и от других параметров. Часто хештеги соответствуют рубрикам канала.

В структурном плане для всех публикаций телеграм-каналов вузов предусмотрена возможность их комментирования подписчиками. Как уже отмечалось нами ранее, администраторы канала могут управлять этой функцией. Поскольку одной из главных задач телеграм-каналов вузов является увеличение «видимости» учебного заведения в интернет-пространстве и профессиональном сообществе, все ответные реакции подписчиков очень важны для организаторов канала и максимально поддерживаются ими. Доступными вариантами ответных реакций подписчиков на посты являются, в первую очередь, эмодзи. Стандартный набор стикеров и эмодзи представлен следующими вариантами (рис. 1).

Как показал анализ каналов разных вузов, чаще всего из этого набора подписчики используют условные обозначения «сердечко», «класс!», «100%», «огонь!». Эти символы служат для выражения положительных реакций на посты. Характерные для межличностного общения смайлы и эмодзи, выражающие эмоции и состояния, в реакциях представлены мало.



Рис. 1. Стандартный набор стикеров и эмодзи на телеграм-канале вуза

Fig. 1. Standard set of stickers and emoji on a university Telegram channel

На некоторых каналах вузов также открыта функция текстового комментирования, но она используется подписчиками довольно редко. Как правило, такие комментарии носят характер уточняющих вопросов, иногда отзывов, переходящих в обсуждение темы: *А запись будет?*; *Подскажите, зарегистрировалась вчера, но ссылка на трансляцию (как*

*и подтверждение регистрации) мне не пришла, ссылки на трансляцию на сайте тоже нет. Как посмотреть трансляцию?* и т. п.

В комментариях подписчики также могут отправлять фото и другие материалы. Так, на одну из публикаций Томского государственного университета мы нашли 42 комментария-фото в ответ на такой запрос под красивым мультимедиа с видом университетского кампуса: *Присылайте в комментарии фото того, что сейчас перед вами (надеюсь, это природа и много вкусной еды). Хотим посмотреть на этот день вашими глазами* 📷

2. Анализ особенностей мультимедийного материала публикаций показал, что он преимущественно представлен одним или несколькими фото, смоделированными тематическими иллюстрациями, видео. Графическая часть постов на телеграм-каналах вузов несет в себе достаточно высокую информационную и смысловую нагрузку. Данный компонент публикаций в полной мере отвечает тенденции к визуализации материалов современных СМИ, о которой говорится в работах О. Б. Сиротининой А. В. Дегальцевой М. А. Кормилицыной [2: 76; 3]. Очень часто в мультимедийном блоке используются серии фото с различных мероприятий, фото с персоналиями, сюжетные фото. Иногда такой контент содержит встроенные ссылки, интерактивные окна-карточки, другие материалы, что позволяет совмещать зрительный ряд с гипертекстовыми включениями. В подавляющем большинстве постов мультимедийные вставки располагаются в верхней части публикации, но это не обязательно. Так, в публикациях на канале Санкт-Петербургского Горного университета мы отметили преобладание иного порядка.

Представим примеры различных вариантов мультимедийных фрагментов публикаций на телеграм-каналах вузов (рис. 2–5).

Мультимедиа в постах почти всегда сопровождаются комментарием или заголовком. В них содержится ядерный замысел всего поста. Данные текстовые блоки состоят из одной фразы-предложения, часто включают в себя эмодзи, привлекающие внимание читателей или несущие в себе эмоциональную окраску.

Особой разновидностью мультимедиа-публикаций в телеграм-каналах можно считать так называемый «кружочек» – пост, состоящий из короткого видео продолжительностью до 30 секунд. Современные технические возможности позволяют оформить его в виде онлайн-трансляции, нарезки заранее подготовленных фрагментов с оригинальным или наложенным на видеоряд звуковым сопро-



Рис. 2. Мультимедийный фрагмент с сюжетным фото в публикации на телеграм-канале НГУ  
 Fig. 2. Multimedia fragment with a story photo in a publication on the Telegram channel of Novosibirsk State University



Рис. 3. Мультимедийный фрагмент с серией фото в публикации на телеграм-канале СПбГУ  
 Fig. 3. Multimedia fragment with a series of photos in a publication on the Telegram channel of Saint Petersburg State University



Рис. 5. Мультимедийный фрагмент с графическим рисунком в публикации на телеграм-канале СГУ  
 Fig. 5. Multimedia fragment with graphic drawings in a publication on the Telegram channel of Saratov State University



Рис. 4. Мультимедийный фрагмент с подборкой интерактивных карточек в публикации телеграм-канала МГУ имени М. В. Ломоносова

Fig. 4. Multimedia fragment with a selection of interactive cards in the publication of the Telegram channel of Lomonosov Moscow State University

вождением. «Кружочки» почти всегда идут в комплексе с текстовым комментарием, реже – только заголовком. Содержательный анализ таких публикаций на телеграм-каналах вузов показал, что они чаще используются для освещения значимых событий в жизни университета: официальных встреч, конференций, концертов и т. п. (рис. 6–7).

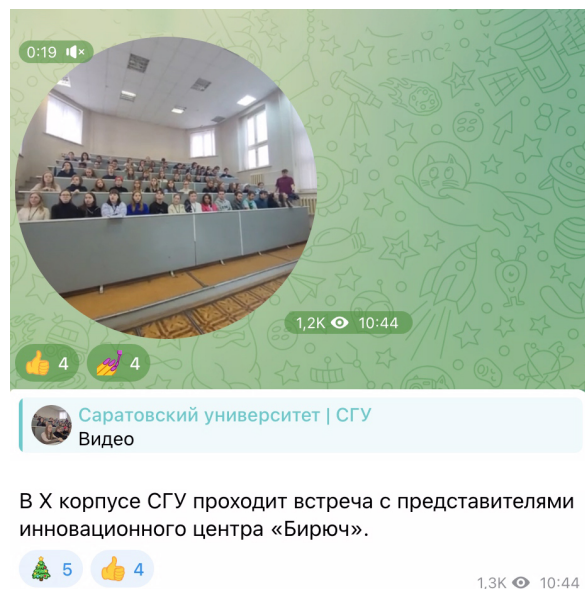


Рис. 6. Скриншот публикации с кружочком на телеграм-канале СГУ

Fig. 6. Screenshot of a circle video in a publication on the Telegram channel of Saratov State University

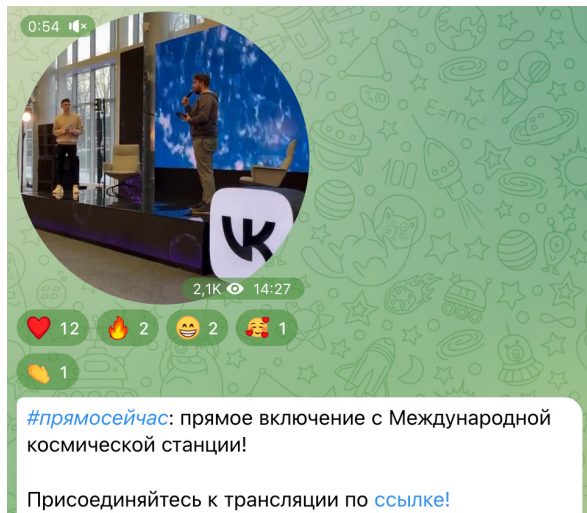
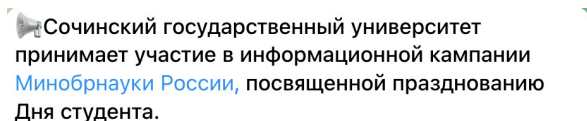


Рис. 7. Скриншот публикации с кружочком на телеграм-канале МГУ имени М. В. Ломоносова

Fig. 7. Screenshot of a circle video in a publication on the Telegram channel of Lomonosov Moscow State University

3. Гипертекстовость – еще одна значимая характеристика публикаций в телеграм-каналах вузов. Не только цифровой характер платформы Telegram, но и максимальная сжатость информации обуславливают наличие почти в каждой публикации большого количества ссылок и переходов на другие источники СМИ вуза, сайты, внешние ресурсы. Большинство информационных постов включают в себя от одной до трех ссылок (рис. 8–9).



В связи с этим приглашаем к просмотру видеоролика, где мы рассказываем о традиции празднования торжества в нашем вузе ➡

[https://vk.com/clip-47510422\\_456239348?c=1](https://vk.com/clip-47510422_456239348?c=1)

♥ Дорогие друзья, поздравляем вас с наступающим Днем студента!

Рис. 8. Текстовый фрагмент публикации на телеграм-канале СГУ (СОЧИ | SSU SOCHI)

Fig. 8. Text fragment of a publication on the Telegram channel of Sochi State University (SSU SOCHI)

4. Характерной особенностью оформления текстов на телеграм-каналах вузов является их тезисность, дробность. В некоторых публикациях в качестве фрагментов основного материала используются фразы, в некоторых – довольно развернутые абзацы, но разделение на микроблоки соблюдается всегда. Для

🍊 Заключительные итоги 2023 года. Встречайте топ-5 публикаций факультетов

■ Чудесные новогодние послания подготовил для вас **ФАД**

■ Активисты **журфака** пишут письмо Деду Морозу, и вы не забудьте оставить свои пожелания под елкой

■ Хочешь узнать с каким вкусом оливье подойдет тебе? **Юрфак** поможет в этом!

■ **ФИСМО** поздравляет с наступающим Новым годом

■ Активисты **ФТФ** подготовили поздравления с Новым годом

📌 Топ-5 подготовлен **Медиацентром КубГУ VSCUBE**

♥ 41 👍 11 🔥 2 🍷 1 🙌 1 😊 1

6,1K 👁 18:25

9. Текстовый фрагмент публикации на телеграм-канале КубГУ

Fig. 9. Text fragment of a publication on the Telegram channel of Kuban State University

усиления эффекта парциальности активно используются специальные символы и эмодзи, в том числе анимационные:

Пример 1: 🏆 Студентки СГУ одержали победу в международном конкурсе (телеграм-канал СГУ);

Пример 2: За 1 день участники под руководством опытных наставников и топовых экспертов из мира digital, медиа и бизнеса:

◆ научатся системно мыслить, планировать и создавать digital-стратегию

◆ найдут уникальную идентичность для личных блогов и своих проектов

◆ научатся актуальным и эффективным инструментам продвижения без «воды» (телеграм-канал МФТИ – Физтех).

Для разделения разных фрагментов поста также широко применяют подчеркивание слов, изменение фона, шрифта, выделение текста цветом.

5. Стилизованными отличиями публикаций на телеграм-каналах вузов можно считать сочетание официально-делового и неформального способов подачи материала, интерактивность текстов.

Интерактивность (диалогичность) постов ярко проявляется в большом количестве фраз-обращений, побудительных конструкций, риторических вопросов:

- 🗣️ Готовы зарядиться мотивацией и услышать истории успехов из первых уст? Тогда ждём вас в 15:40 в Точке кипения КубГУ! (телеграм-канал КубГУ);

- Участвуй в импакт-ориентированном бесплатном медиаинтенсиве по запуску проектов! (телеграм-канал МФТИ – Физтех);
- Ждём вас в НГУ! (телеграм-канал НГУ|NSU);
- Вы уже зарегистрировались на дистанцию 10 км? Тогда у вас есть уникальная возможность присоединиться к команде универсантов «300» (телеграм-канал «Что там в СПбГУ»);
- Следите за обновлениями! Дальше – больше! (телеграм-канал МГУ) и т. п.

Неформальность взаимодействия часто подчеркивается переходом на личностное обращение к подписчикам, использованием эмоционально окрашенной и разговорной лексики, другими особенностями. Например:

*Исполняем желания наших подписчиков ♡...Фото милейших (прим.: выделено нами) обитателей Антарктиды (ТГУ);*

*Будущее наступило... Прямо (прим.: выделено нами) сейчас на форуме U-NOVUS-2024 проходит гонка дронов, поддержанная Аэропортом Внуково и Федерацией дрон-рейсинга (ТГУ);*

*В ВоГУ продолжают выпускные. А это значит, время статистики. Воооон сколько (прим.: выделено нами) специалистов выходит в свободное плавание на рынок труда...(ВоГУ);*

*Мы уже на молодёжном фестивале #ТриЧетыре и в 10:00 мы открыли регистрацию на квест «ВолГУ – хорошее начало!». Девчонки из Профсоюзной организации обучающихся ВолГУ ([https://vk.com/profcom\\_volsu](https://vk.com/profcom_volsu)) с нетерпением ждут вас на стойке регистрации!(ВолГУ).*

*Герценовский – в самом сердечке! (РГПУ им. А. И. Герцена)*

Таким образом, анализ общих особенностей постов на официальных телеграм-каналах вузов показал, что они имеют достаточно однотипную структуру в плане распределения мультимедийного и текстового контента: в большинстве публикаций первое место отводится визуальному ряду, далее следует заголовок или краткий тезис, раскрывающий основное содержание публикации. Основной текст располагается дробными фрагментами-абзацами, в завершающей части поста часто используются ссылки, хештеги, побудительные конструкции, вопросы-обращения и другие интерактивные элементы. Телеграм-каналы вузов стремятся придерживаться официально-делового стиля коммуникации с полноформатным построением предложений, соблюдением всех литературных норм, качественным языковым оформлением контента. Наряду с этим учитываются и особенности современного цифрового взаимодействия: используются элементы неформальности и демократизации языкового оформления постов, интерактивность и гипертекстовость.

### **Жанровое своеобразие публикаций официальных телеграм-каналов вузов**

В настоящем разделе мы представляем результаты речеванового анализа публикаций официальных телеграм-каналов вузов. Реализация данной задачи потребовала от нас уточнения «места» платформы Telegram в современном поле коммуникации и выбора тех моделей анализа, которые оказались бы релевантными для идентификации отдельных жанровых форм.

Об отнесенности официальных телеграм-каналов вузов к определенной сфере коммуникации можно сказать следующее:

- 1) телеграм-каналы являются одним из ресурсов социальных медиа вузов, поэтому некоторые жанровые формы на данной платформе являются вариантами известных жанров СМИ. Например, новостной пост является производным от классической новостной публикации в университетской газете, журнале, на сайте вуза. Перемещение активности читателей (а в нашем случае – подписчиков) в сторону «быстрой» и «визуально сжатой» информации соответствует общим тенденциям современной речевой среды. Указанные аспекты широко представлены в многочисленных исследованиях О. Б. Сиротининой, М. А. Кормилициной, других авторов. Но при этом телеграм-канал вуза нельзя считать исключительно «вторичной» СМИ-платформой с набором жанроидов, дублирующих другие ресурсы. Как будет показано ниже, это особая система жанровых форм и первичного, и вторичного порядка, по своему составу и содержанию не в полной мере относящаяся исключительно к группе СМИ;
- 2) по структуре и характеру языкового оформления публикации на телеграм-каналах вузов схожи с интернет-жанрами. По нашему мнению, интересным было бы сравнение данных постов с классификацией жанровых типов сетевого дискурса, разработанной В. И. Карасиком [4]. Так, публикации-презентации вуза можно соотнести с демонстративами, новостями и анонсами мероприятий, дайджесты – с репортативами, неформальный контент – с социативами, аттрактивами и т. п. Ключевыми критериями различий здесь будут официальный характер публикаций и их обращенность к очень широкому кругу читателей;
- 3) по характеру воплощения публикации на телеграм-каналах вузов обладают рядом пересекающихся признаков: совмещают публичные и личностно ориентированные модели подачи информации,

первичные и вторичные жанры, официальные и неофициальные способы взаимодействия с подписчиками, другие особенности.

Все вышесказанное свидетельствует о том, что жанровое поле телеграм-канала вуза в полной мере отражает высокую вариативность современной речевой среды, в которой происходят частые смешения и преобразования стилей, жанров. Анализ основных типов публикаций на данной платформе показал, что для их идентификации и описания необходимо использовать комплексный подход – то, что В. В. Дементьев обозначил как «интегральное описание речевых жанров», при котором параметры разных речевых моделей «работают вместе», дополняют друг друга [5]. Не претендуя на абсолютно полное решение данной задачи, мы попытались выделить наиболее частотные жанровые формы, которые используются вузами на платформе «Телеграм». Поскольку критерии композиционного построения и языковой реализации постов на телеграм-канале довольно схожи, основными параметрами выделения жанровых форм стали целевые, содержательно-тематические и языковые характеристики публикаций. Для идентификации многих жанровых форм очень показательным оказался семантический, номинативный параметр (заголовки многих публикаций или хештеги можно четко соотносить с именами жанров: *поздравление, афиша, анонс, дневник* и др.). В некоторых случаях релевантным оказывался параметр адресата. Так, в общем контенте телеграм-каналов вузов отчетливо выделяются публикации, обращенные к выпускникам (*подборка вакансий, агитационные посты*), абитуриентам (*презентация направлений подготовки, видеоролики выпускников, информационные карточки*) и прочее.

Перейдем к описанию некоторых жанровых форм, отмеченных нами в общем коммуникативном пространстве телеграм-каналов вузов.

Анализ контента каналов показал, что самыми частотными публикациями являются посты информационно-новостной и информационно-образовательной направленности. Среди новостных материалов различия имели посты-анонсы и посты, освещающие уже состоявшиеся мероприятия. Особым типом публикаций данного раздела явился «дайджест» – специальная подборка новостных данных. Рассмотрим их подробнее.

### Жанры «информационно-новостной пост», «пост-анонс»

Согласно проведенному нами статистическому анализу, данные посты занимают более половины всех публикаций на официальных телеграм-каналах вузов. Новостная направленность в целом характерна для многих каналов на платформе Telegram [6]. Не составляют исключение и телеграм-каналы вузов. Основная цель новостных постов в их контенте – освещение событий университетской жизни, достижений в разных сферах деятельности. Такие посты, как правило, открываются фотографиями или видеоматериалами, презентующими главные моменты события. Далее следует тезисное изложение основного материала новости. Ключевыми идентификационными маркерами данных жанровых форм являются конструкции с глаголами совершенного вида в форме прошедшего (для новостных постов) и будущего (для постов-анонсов) времени.

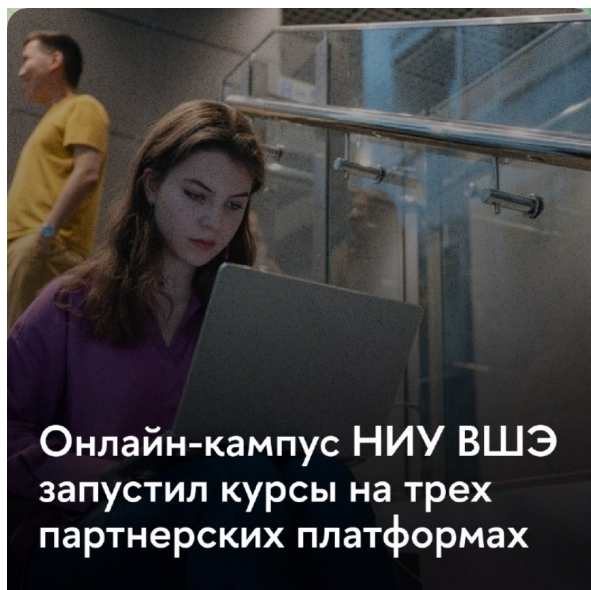
Примеры таких конструкций из новостных постов: ***Завершился** грандиозный турнир по алгоритмическому программированию...; 680 студентов **приняли участие**...; Ученые из МФТИ **разработали** метрику для определения различий между реальными (зашумленными) и идеальными (теоретическими) квантовыми процессами; Сегодня в Москве на выставке-форуме «Россия» в лектории общества «Знание» **прошел** День открытых дверей и т. п.*

Примеры новостных публикаций представлены на рис. 10 и 11.

В большинстве случаев такие новостные посты сопровождаются ссылкой для перехода на основной сайт вуза с развернутой новостной публикацией, другие ресурсы. Текстовый материал новости несет и образовательную функцию, так как во второй части поста часто дается развернутое описание сути достижения или события. Достаточно распространенной моделью данного типа публикации является следующая схема: мультимедиа – заголовок – презентация новости – сжатое описание мероприятия / достижения / ссылка для перехода / другие комментарии.

**Публикации-анонсы** имеют несколько отличное от новостных публикаций распределение текстового материала. Примерную композицию данного поста можно обозначить следующей схемой: мультимедиа – краткий заголовок-анонс или призыв к участию (*состоится; будет открыта; пройдет* и т. п.) – основное содержание предстоящего события – указание на время, место предстоящего





Онлайн-кампус НИУ ВШЭ запустил открытые курсы на российских платформах «Лекториум» и Edutoria, а также на китайской XuetangX. Среди направлений — математика, экономика, искусственный интеллект, нейронаука, культурология и другие.

О том, чему смогут научиться слушатели новых онлайн-курсов, их авторы [рассказали](#) новостной службе Вышка.Главное

4,8K 👁 18:34

Рис. 10. Новостная публикация на телеграм-канале Высшей школы экономики

Fig. 10. News publication on the Telegram channel of HSE University

события – ссылка на регистрацию или другие сведения – призыв к участию.

Характерной чертой данной жанровой формы является активное использование в заключительной или вводной частях поста эмоционально окрашенных побудительных конструкций, личное обращение к подписчикам канала: *Ну что, друзья, вы готовы? Уже завтра начинается XXXII Всероссийский фестиваль «Российская студенческая весна»!* (канал СГУ); *Готовы к невероятным событиям? Проведите время ярко и с пользой вместе с ИНТЭЛ! Откройте для себя новые возможности и узнайте всё о своем будущем в НИЯУ МИФИ!* (канал НИЯУ МИФИ) и т. п.

В постах-анонсах публикуются краткие планы предстоящих событий, используются фразы с гипертекстовыми ссылками для перехода на внешние ресурсы: *Все подробности тут; подробнее – по ссылке; Программу мероприятия можно увидеть здесь;*



27 декабря в г. Сочи состоялась торжественная церемония завершения Года архитектуры – 2023.

В мероприятии приняли участие и.о. ректора СГУ Гайдамашко И.В. и зав. каф. архитектуры, дизайна и экологии Табак Л.В.

Участников церемонии поприветствовали председатель Городского собрания г. Сочи Филонов В.П. и заместитель главы г. Сочи Бурлев О.В.

Завершилось мероприятие награждением за активное сотрудничество в решении градостроительных вопросов:

Сочинский государственный университет – Почетная Грамота за высокий профессионализм, добросовестный труд и существенный вклад в развитие муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края;

Лариса Владимировна Табак – Знак почета «За трудовые успехи на благо города Сочи».

16 ❤️ 11 🔥 5 👍 1

724 👁 10:39

Рис. 11. Новостная публикация на телеграм-канале СГУ СОЧИ | SSU SOCHI

Fig. 11. News publication on the Telegram channel of Sochi State University (SSU SOCHI)

*Более подробная информация – на сайте и т. п.* В заключительной части постов-анонсов распространены эмоционально окрашенные этикетные пригласения, пожелания: *Не пропустите эти события! Будет круто, обещаем!; Мы ждем вас!; Желаем удачи!* и т. п.

Проиллюстрируем обозначенные особенности в нескольких публикациях-анонсах (рис. 12).

В новостном блоке телеграм-каналов вузов особое место занимает жанр **дайджеста**. Согласно определению, дайджест [от англ. digest – систематизировать] – 1) краткое изложение какого-л. текста; 2) периодическое издание, перепечатающее (часто сокращенно) материалы из других изданий; краткий обзор периодической печати [7].

На телеграм-каналах вузов дайджесты представляют собой сокращенную подборку сведений по разным тематическим блокам.



Главное событие этой зимы для студентов НИЯУ МИФИ ❄️

Хотите получить работу мечты в команде IT-аналитиков и консультантов Росатома? Приходите на ИТ-Марафон 14 декабря!

В этом году для вас подготовлена насыщенная программа:

- Карьерные консультации
- Мастер-классы и лекторий от ведущих экспертов Гринатома: много практики и никакой скучной теории
- ИТ-квиз и розыгрыш брендированных призов
- Подарки каждому участнику от Гринатома
- Вкусные закуски

Для кого:

👤 Студентов 3–4 курса бакалавриата/ магистратуры (технические и экономические профили)

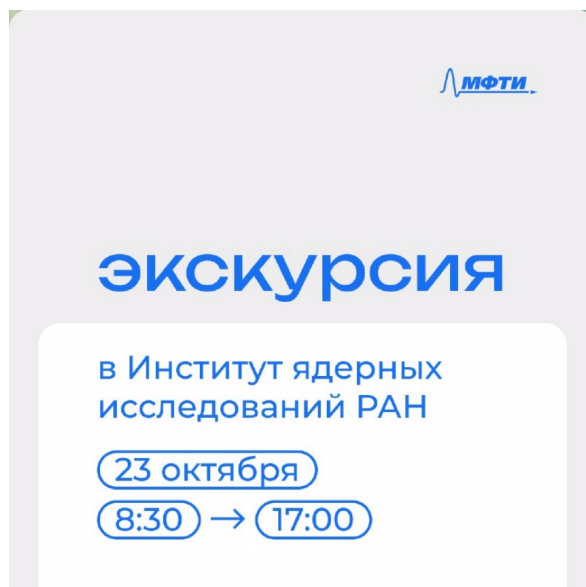
📅 14 декабря, Студенческий офис.

Начало регистрации — в 14:30.  
Открытие — в 15:00.

Для участия необходимо пройти регистрацию на сайте ИТ-стажировки Росатома.



2,1K 👁 19:58



23 октября состоится большая экскурсия в Институт ядерных исследований РАН. Регистрация заканчивается сегодня, но если не успели, можно написать на почту организаторов [arseniy.shabanov@phystech.edu](mailto:arseniy.shabanov@phystech.edu) !

Участников экскурсии ждут:

- ✔ Эксперимент по измерению массы нейтрино «Троицк ню-масс»
- ✔ Цех сборки детекторов для эксперимента MRPD на ускорителе NICA
- ✔ Эксперимент с запутанными аннигиляционными гамма-квантами
- ✔ Сильноточный линейный ускоритель ИЯИ РАН
- ✔ Нейтронный комплекс ИЯИ РАН
- ✔ Комплекс протонной лучевой терапии
- ✔ Эксперимент Hyper KamioKande в Японии и эксперименты в ЦЕРН

От МФТИ физтехов доведёт автобус. В программу включён бесплатный обед. Регистрация на экскурсию, подробности и вопросы: [https://t.me/inr\\_mipt](https://t.me/inr_mipt)



4,2K 👁 12:05

Рис. 12. Примеры публикаций-анонсов (по материалам телеграм-каналов НИЯУ МИФИ, МФТИ – Физтех)  
Fig. 12. Examples of announcement publications (based on the materials of Telegram channels of National Research Nuclear University MEPhI, Moscow Institute of Physics and Technology – PhysTech)

Нами были отмечены такие разновидности данной жанровой формы, как «новостной дайджест», «вечерний дайджест», «недельный дайджест», «дайджест возможностей для молодых ученых», «дайджест-анонс» и другие. Но все же наиболее распространенными среди них оказались новостные дайджесты, посвященные обзору прошедших за опре-

деленный промежуток времени или анонсу предстоящих событий.

Главным отличием данных публикаций от обычного новостного поста является наличие самого заголовка «дайджест» в начале публикации, специальное, более дробное выделение всех абзацев, в том числе с помощью знаков-символов и эмодзи, однотипность

их оформления и примерно одинаковая длина фраз внутри одного абзаца.

Приведем примеры дайджестов (рис. 13).

*Информационно-образовательный пост, или пост-презентация достижений*

Данная жанровая форма является характерной именно для вузовских каналов, поскольку преимущественно освещает достижения в научной и образовательной деятельности. Такие посты выделяются исключительно тематическим и содержательным

наполнением. По внешним структурным, стилистическим и языковым особенностям они очень близки к новостным публикациям: также содержат сведения о состоявшихся и завершенных событиях, вступительный тезис и раскрытие самых важных положений материала. Но мы считаем, что данный тип публикаций несет в себе особую жанровую направленность, поскольку по своей тематике не может быть отнесен просто к новости, освещению какого-либо события. На первый план в данных публикациях выступает имен-



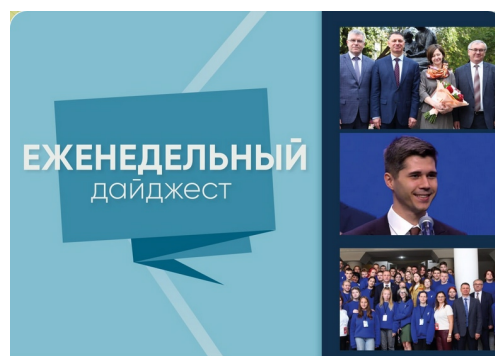
🗨️ В вашей ленте первая в 2024 году подборка лучших новостей за неделю. Самое приятное, что для нашего университета год начался с достижений.

Как у вас начался год?

- ❤️ – всё хорошо,
- 🔥 – у меня уже столько всего интересного случилось, что вы просто не представляете!
- 👉 – средне, но пойдёт,
- 😞 – не очень...

#Еженедельный\_дайджест

❤️ 24 🔥 13 👉 8 😞 6 👍 2 🍷 1  
1.4K 👁 19:32



👉 Ваш покорный слуга #Еженедельный\_дайджест собрал для вас лучшие новости минувших дней!

♥️ Фотография заместителя начальника Управления социальной работы Марины Кабановой [занесена на Доску почёта работников образования Саратовской области.](#)

♥️ С 26 сентября по 5 октября у нас [гостили старшекласники из ДНР](#), принявшие участие в «Университетских сменах». Наш университет заботливо распахнул объятия и показал ребятам свои музеи, [лаборатории](#), познакомил с [активистами](#) и учёными.

♥️ Ещё школьники встретились с [Губернатором Романом Бусаргиным](#), с [заместителем министра науки и высшего образования РФ Ольгой Петровой.](#)

♥️ В СГУ почтили память Н.Г. Чернышевского [в день присвоения его имени университету.](#)

♥️ Выпускник СГУ 2015 года Олег Янковский [признан «Учителем года России».](#)

♥️ Преподаватели факультета ППиСО принимают участие [во Всероссийском форуме классных руководителей](#) на Гостином дворе.

На этом у нас всё. Желаем вам чудесных выходных, тепла и света! ❤️

🍷 15 ❤️ 3 🔥 3 👉 2 👍 1 🍷 1  
изменено 1.6K 👁 19:32

🗨️ [Прокомментировать](#)

Рис. 13. Примеры дайджестов на телеграм-канале СГУ

Fig. 13. Examples of digests on the Telegram channel of Saratov State University

но презентация сути достижения, его представление широкому кругу общественности, вузовскому сообществу. Важными маркерами данных постов является наличие в них сведений о персоналиях, научных и других группах, совершивших то или иное открытие. Также специфическим является и мультимедийный ряд. Если в новостных публикациях он часто представлен серией фото, фрагментарно отражающих последовательность событий, то в информационно-образовательных постах преобладают сюжетные фото с изображением лабораторий, центров и фото, тематически относящиеся к сути открытия. Отличительной чертой данных публикаций можно считать и более развернутое, полное представление информации. Микроблоки новостных публикаций часто состоят из 1–2 предложений, отличаются краткостью построения фраз. Абзацы в постах-презентациях достижений, как правило, состоят из предложений с более развернутой синтаксической структурой. Ин-

формационно-образовательные задачи таких публикаций чрезвычайно важны для формирования целевых и других ориентиров подписчиков канала, создания особого набора жанровых форм, отличающих телеграм-канал вуза от других аналогичных сервисов. Примеры таких типов публикаций приведены на рис. 14 и 15.

По нашему мнению, особой жанровой формой можно считать и достаточно распространенные на телеграм-каналах вузов **образовательно-развивающие публикации**. В некотором смысле затруднительно обозначить их конкретные названия, поскольку они могут быть представлены в разных форматах. Считаем главным идентификационным признаком данных публикаций целевую и тематическую направленность. Основная задача таких постов – знакомство подписчиков с историческими и другими фактами, событиями, связанными с жизнью и развитием вуза, государства, мирового



Рис. 14. Пример поста-презентации научных достижений на телеграм-канале МФТИ – Физтех

Fig. 14. Example of a presentation post of scientific advances on the Telegram channel of Moscow Institute of Physics and Technology – PhysTech



В НГУ завершилась серия экспериментов по исследованию влияния терагерцевого излучения на органы и ткани млекопитающих 👍

✅ Серию экспериментов, направленных на изучение влияния электромагнитного терагерцевого излучения на органы и ткани животных, завершили сотрудники Лаборатории Ядерной и Инновационной Медицины (ЛЯИМ) [Физического факультета НГУ](#). Исследования проводились на базе Центра коллективного пользования «Сибирский центр синхротронного и терагерцевого излучения».

🔥 Подробнее об исследовании читайте на нашем [сайте](#).

🔥 11 👍 2 ❤️ 1

2.5K 👁 10:40

🌐 2 комментария ➔

Рис. 15. Пример поста-презентации научных достижений на телеграм-канале НГУ

Fig. 15. Example of a presentation post of scientific advances on the Telegram channel of Novosibirsk State University

сообщества; обогащение общекультурного опыта и знаний участников канала. К данным жанровым формам можно отнести жанры «историческая хроника», «биографические открытки» и многое другое.

Примером публикаций данной направленности может стать пост на канале МГУ, в котором рассказывается об интересных фактах жизни Юрия Гагарина. Не будем приводить фото публикации целиком. Оно представлено набором информационных карточек и следующим текстовым сопровождением: «Сегодня, 9 марта, 90 лет со дня рождения полководителя космоса Юрия Гагарина! Вы знали, что первый лётчик-космонавт СССР бывал в МГУ? А то, что он причастен к постройке Главного здания на Ленинских горах? Рассказываем о связи Юрия и Московского университета в карточках» (телеграм-канал МГУ имени М. В. Ломоносова).

Во многих вузах запускаются специальные образовательные рубрики, связанные с выдающимися персоналиями в области науки, культуры, искусства, образования, других сфер. Отмечены и посты-цитаты, другие типы постов. Все эти публикации формируют особый образ вузовских каналов, стремящихся не только осветить информацию, презентовать общественности различные достижения и открытия, но и стимулировать развитие общекультурного, образовательного уровня молодых поколений.

Итак, все вышеперечисленные типы публикаций занимают ведущие позиции в общем контенте телеграм-каналов вузов. Такие жанровые формы, как «новостной пост», «пост-анонс», «пост-презентация», «образовательный пост», «дайджест» формируют образ

телеграм-каналов вузов и могут выступать их идентификационными признаками. Отчетливо проявляется два ведущих целевых и содержательных направления данных публикаций: информационное и образовательное.

Для иллюстрации примерного соотношения разных жанровых форм в пределах работы одного канала приведем ориентировочное распределение различных публикаций на канале МГУ имени М. В. Ломоносова в течение одного месяца (рис. 16).

Таким образом, жанровое поле телеграм-каналов вузов включает в себя разные типы публикаций. Представим анализ жанровых моделей, которые встречаются в общем контенте телеграм-каналов вузов чуть реже, но также формируют и внешний облик. Можно сказать, что эта зона в большей степени влияет на индивидуальность отдельных вузовских медиа.

Довольно частотными для многих вузовских каналов являются поздравительные публикации (больше представлены поздравления, посвященные государственным и другим праздникам, реже – персоналиям), «приветствие», «прогноз погоды», «афиша», «предупреждение», «анкетирование», «фото-подборки», репосты с других официальных ресурсов. Данные публикации в значительной степени способствуют смягчению «официальности» основного контента телеграм-каналов вузов, формируют их индивидуальный стиль.

Примером постов фатической, релаксационной направленности могут служить разновидности этикетных жанров, фотоподборки с видами университета, пейзажей. Так, каждый день на телеграм-канале Саратовского университета начинается с жанра привет-

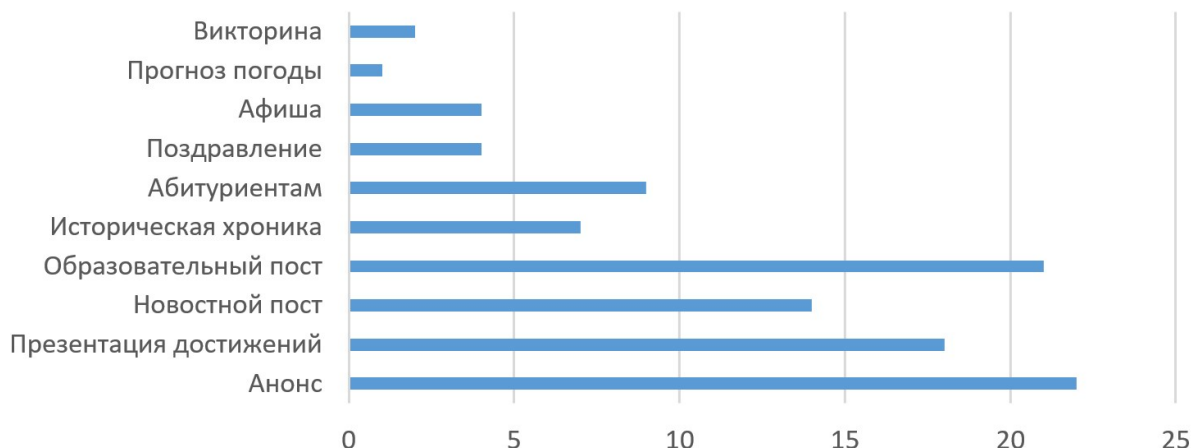


Рис. 16. Распределение жанровых типов публикаций на телеграм-канале вуза в течение месяца (на примере телеграм-канала МГУ имени М. В. Ломоносова)

Fig. 16. Distribution of genre types of publications on a university Telegram channel within a month (by the example of the Telegram channel of Lomonosov Moscow State University)

ствия, пожеланий, совмещенного с прогнозом погоды. Аналогичные посты есть и на многих других каналах. Текстовый материал таких публикаций часто включает риторические вопросы, мини-анкеты (рис. 17).

На телеграм-каналах вузов распространены публикации с красивыми видами кампусов университетов, пейзажи. Такие посты могут содержать минимум текстового материала. Обычно он эмоционально окрашен и служит для передачи настроения, позитивного посыла. Отметим, что в России создан и общий телеграм-канал всех университетов – Университеты РФ. На нем публикуется важная информация о новостях из жизни университетов страны. Основная цель этого ресурса обозначена так: *«Пишем про главное – результаты, аналитика, мнения, фиксируем*

*события и изменения в высшем образовании России. Жанровое поле данного медиа представлено преимущественно информационными публикациями, но на нем регулярно выходит рубрика «Эстетика (название университета)» с презентациями видов университетских кластеров, зданий. Данные публикации состоят исключительно из фотоматериалов. Название университета в подписи к рубрике является одновременно и ссылкой для перехода на телеграм-канал вуза.*

Представим примеры «эстетических» постов. Они отражают своеобразие каждого из университетов, подчеркивают архитектурные, географические, другие особенности кампусов (рис. 18).

Примером подвижности состава жанровых форм на телеграм-канале вуза могут слу-



😊 #Доброе\_утро, друзья!

Умение быстро приспосабливаться к переменам поможет достичь успеха.

🌤️ **Прогноз погоды:** сегодня будет довольно тепло и приятно на душе от добрых +16 градусов.

👍 22 ❤️ 6 🙌 3 1.3K 👁️ 08:30

💬 [Прокомментировать](#) >



Добрый вечер, лучший педагогический!

💙 Добрый вечер, лучший педагогический!

Вот и подошла к концу первая рабочая и учебная неделя этого года. Мы уже поздравляем герценовцев с первыми сданными экзаменами, а также желаем удачи всем, кому еще предстоит их сдача.

Надеемся, что выходные принесут вам море положительных эмоций и зарядят хорошим настроением на всю следующую неделю. Не забывайте о заботе о себе!

*С любовью,  
Герценовский университет*

#РГПУ #ПедвузыРФ

❤️ 18 🔥 6 🍷 5 🇷🇺 5 🙌 2 1.4K 👁️ 19:00

Рис. 17. Примеры этикетно-фатических публикаций на каналах СГУ и РГПУ имени А. И. Герцена  
Fig. 17. Examples of etiquette phatic publications on the channels of Saratov State University and Herzen University



Рис. 18. Примеры пейзажных фото на каналах ДВФУ, НГУ, рубрики «Эстетика университета...» на телеграм-канале «Университеты РФ»

Fig. 18. Examples of landscape photos on the channels of Far Eastern Federal University, Novosibirsk State University, the section “Aesthetics of...University” on the Telegram channel “Russian universities”

жить ситуации, когда из-за определенных событий в жизни страны, общества происходит введение в контент канала редких для них жанров, например, «соболезнование», «предостережение» и другое. В периоды проведения приемной кампании возрастает число публикаций с презентацией отдельных направлений и профилей подготовки, историй успеха от выпускников. Включение новой рубрики или жанра может быть связано с событиями в жизни университета. Например, к 270-летию МГУ на канале вуза была открыта рубрика *#отмечаем\_мгу*, в рамках которой публикуются интересные исторические и другие посты.

Кроме достаточно распространенных жанров на каналах вузов встречаются и редкие типы публикаций. Например, на канале «САФУ – Арктический вектор» Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова мы встретили жанр дневника (дневники «Арктического плавучего университета»). Нехарактерный для телеграм-каналов вузов в целом, такой тип публикаций создает особую атмосферу восприятия вуза в зеркале его географических, исторических, научно-исследовательских особенностей.

При анализе контента официальных телеграм-каналов университетов мы также не могли не отметить тот факт, что наряду с данными платформами в медиaprостранстве вузов функционирует множество параллельных неофициальных каналов, каналов их структурных подразделений, личных телеграм-каналов преподавателей. Первичное сравнение

данных ресурсов показало, что в них значительно повышается доля узкоспециализированных публикаций, соответствующих профилю факультета, интересам специалистов. Для данных каналов характерно повышение степени диалогичности и неформальности в построении текстов, большая вариативность жанрового набора в целом.

Известным неофициальным телеграм-каналом, объединяющим вузовские ресурсы, является канал «Сова Минобра». Его главная задача представлена такими тезисами: *Сова Минобра: для тех, кто в теме – о науке, образовании и о том, куда ветер дует. Чуть больше, чем официальная повестка!* Жанровое поле данного ресурса представлено довольно широким набором разнообразных по своему типу аналитических и обзорных публикаций с активным включением в тексты авторских комментариев, оценочных элементов, эмоциональных отзывов. «Сова Минобра» публикует интересные и наиболее яркие посты с телеграм-каналов вузов России, поздравительные посты в адрес руководителей вузов, иногда создает задачи-конкурсы для университетских каналов.

Таким образом, телеграм-каналы, связанные с презентацией деятельности современных высших учебных заведений России, представляют собой довольно разветвленную сеть медиаресурсов как официального, так и неофициального порядка, разной целевой и содержательной направленности. Предметом изучения в настоящем исследо-

вании стали именно официальные телеграм-каналы вузов. Их общую подборку можно найти по ссылке <https://tgstat.ru/tag/russian-universities>. На этом же ресурсе доступен просмотр статистических данных, рейтинговых и других показателей. Можно сказать, что ядерный набор жанров телеграм-каналов вузов отличается высокой степенью единообразия и устойчивости: эти жанры обязательно присутствуют в контенте каналов всех университетов и довольно похожи. Дополнительный набор жанров включается в контент канала по решению администраторов и руководства вуза и в сочетании с особенностями оформления во многом определяют его индивидуальность.

Жанровый анализ телеграм-каналов образовательных организаций представляет несомненный интерес, поскольку может выступить универсальной и многоаспектной моделью изучения социо-прагматических, лингвистических, культурологических и других особенностей медиасреды системы высшего образования.

### Выводы

В настоящей статье предпринята попытка первичной дифференциации жанровых форм публикаций на телеграм-каналах вузов России. Показано, что по целевому признаку они распределяются на посты информационной, информационно-образовательной, а также фатической направленности. В структурном и стилевом планах большинство постов имеют много сходного: последовательность использования мультимедийных и текстовых фрагментов, сочетание официально-делового и неофициального стилей подачи материала, выраженное абзацное дробление, интерактивность, включение гипертекстовых ссылок и другое. Для идентификации отдельных

жанровых форм ведущими являются не композиционные, а целевые и содержательные признаки публикаций, специфика языкового оформления текстов. В жанровом поле официальных телеграм-каналов вузов можно выделить ядерные типы публикаций: «новостной пост», «пост-анонс», «пост-презентация», «образовательный пост», «дайджест». Довольно распространенными являются «посты-поздравления», «посты-презентации образовательных программ», «историческая хроника», «анкета», «прогноз погоды», этикетные и некоторые другие модели. Также выделяется группа жанров, характерных только для определенных вузов: «дневник», «угадайте» и пр. Некоторые жанровые формы отличаются особенной близостью и могут быть идентифицированы неоднозначно: «новостной пост» – «презентация научных достижений»; «дайджест предстоящих событий» – «афиша» и другие. Жанровый набор любых телеграм-каналов является открытой системой, в которую администраторы всегда могут включать новые типы публикаций.

Наличие ядерного жанрового поля, тематическое и содержательное единство публикаций официальных телеграм-каналов вузов позволяют рассматривать их не только как техническую платформу, но и как устойчивый гипержанр современной медиасреды вуза. Перспективными направлениями дальнейших исследований в данной области можно считать разработку модели идентификации жанровых форм на платформе Telegram, сравнение жанровых особенностей официальных и неофициальных каналов вузов, сравнение каналов вузов с каналами их структурных подразделений и персональных каналов преподавателей между собой, выделение общих и специфических особенностей функционирования отдельных жанров внутри разных медиаресурсов.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. M-RATE. URL: <https://м-рейтинг.рф> (дата обращения: 05.02.2024).
2. Сиротинина О. Б., Дегальцева А. В. Динамика норм русского языка: ответ на вызовы времени и новые условия жизни. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2023. 128 с.
3. Кормилицына М. А. Тенденции изменений в стилистическом облике традиционных журналистских жанров в современной прессе // *Жанры речи*. 2018. № 1 (17). С. 67–72. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-1-17-67-72>
4. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса // *Жанры речи*. 2019. № 1 (21). С. 49–55. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>
5. Дементьев В. В. К проблеме интегрального описания речевых жанров // *Жанры речи*. 2024. Т. 19,

№ 1 (41). С. 6–22. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-6-22>

6. Вьюгина Д. М., Салихова Е. А., Филаткина Г. С. Структурные элементы постов новостных каналов в Telegram и VK // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика*. 2023. № 5. С. 22–39. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2023.2239>

7. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. М. : Эксмо, 2006. 669 с. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/fc/slovar-196.htm#zag-578>

### REFERENCES

1. M-RATE. Available at: <https://м-рейтинг.рф> (accessed February 5, 2024).
2. Sirotinina O. B., Degal'tseva A. V. *Dinamika norm russkogo yazyka: otvet na vyzovy vremeni i novyye usloviya zhizni* [Dynamics of Russian language norms: A response



to the challenges of the time and new living conditions]. Saratov, Saratov State University Publ., 2023. 128 p. (in Russian).

3. Kormilitsyna M. A. Trends of Changes in the Stylistic Identity of Traditional Journalistic Genres in the Present Press. *Speech Genres*, 2018, no. 1 (17), pp. 67–72. (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-1-17-67-72>.

4. Karasik V. I. Genres of Network Discourse. *Speech Genres*, 2019, no. 1 (21), pp. 49–55 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>

5. Dementyev V. V. On the problem of integral description of speech genres. *Speech Genres*, 2024, vol. 19,

no. 1 (41), pp. 6–22 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-6-22>

6. Vyugina D. M., Salikhova E. A., Filatkina G. S. Structural Elements of Posts in Telegram and VK News Channels. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10: Zhurnalistsika*, 2023, no. 5, pp. 22–39 (in Russian). <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2023.2239>

7. Komlev N. G. *Slovar' inostrannykh slov* [Dictionary of foreign words]. Moscow, Eksmo, 2006. 669 p. (in Russian). Available at: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/fc/slovar-196.htm#zag-578>

Поступила в редакцию 03.03.2024; одобрена после рецензирования 07.04.2024; принята к публикации 07.04.2024; опубликована 29.11.2024

The article was submitted 03.03.2024; approved after reviewing 07.04.2024; accepted for publication 07.04.2024; published 29.11.2024