

оригинальная статья

eLibrary EDN: MPFKSN

Русская, казахская и английская лингвокультуры: средства выражения прагматических установок на сайтах школ

Титобаева Айша Аширбековна

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Россия, Москва

<https://orcid.org/0000-0002-8863-8468>

1142240036@pfur.ru

Аннотация: Цель статьи – систематизировать средства выражения прагматических установок на сайтах школ сквозь призму особенностей русской, казахской и английской лингвокультур. Объектом исследования выступают средства выражения прагматических установок (речевого воздействия, экспрессивности, вежливости и манипулятивности) на официальных сайтах и страницах социальных сетей российских, казахстанских и британских школ. Особое внимание уделяется характеру и структуре коммуникации, селекции лексических и визуальных средств, анализу типичных тематик и мотивов, а также роли национальных культурных кодов в формировании стратегии образовательного бренда. Сопоставительный анализ позволяет раскрыть индивидуальные характеристики и особенности трех лингвокультур, подчеркнуть их идентичность и общность. Также применены контент-анализ, наблюдение и интеракционный анализ виртуальных взаимодействий. Результаты исследования могут быть применены для совершенствования образовательного маркетинга, повышения межкультурной компетентности педагогических и управленческих кадров, а также для формирования новых подходов к построению имиджа школы в условиях динамично трансформирующейся информационной среды.

Ключевые слова: прагматические установки, цифровые коммуникации, сайты школ, социальные сети, русская лингвокультура, казахская лингвокультура, английская лингвокультура

Цитирование: Титобаева А. А. Русская, казахская и английская лингвокультуры: средства выражения прагматических установок на сайтах школ. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 315–325. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-315-325>

Поступила в редакцию 23.12.2025. Принята после рецензирования 03.03.2026. Принята в печать 05.03.2026.

original article

Russian, Kazakh, and English Linguistic Cultures: Pragmatic Means on School Websites

Aisha A. Titobaeva

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Russia, Moscow

<https://orcid.org/0000-0002-8863-8468>

1142240036@pfur.ru

Abstract: Official school websites use diverse linguistic means to express pragmatic attitudes, which are likely shaped by national linguistic cultures. This article describes the linguistic resources of verbal influence, expressiveness, politeness, and manipulation on Russian, Kazakh, and British official school websites and social media accounts. The study investigates the nature and structure of communication, verbal and non-verbal means, topical range, and national cultural codes that shape school branding strategies. While the comparative analysis reveals cultural peculiarities, the content and interaction analyses help identify the national specificities of virtual communication. The findings can improve school marketing by increasing the intercultural competence of educators and managers, thereby facilitating the development of an effective school brand in a dynamic media environment.

Keywords: pragmatic attitudes, digital communications, school websites, social media, Russian linguistic culture, Kazakh linguistic culture, English linguistic culture

Citation: Titobaeva A. A. Russian, Kazakh, and English Linguistic Cultures: Pragmatic Means on School Websites. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 315–325. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-315-325>

Received 23 Dec 2025. Accepted after review 3 Mar 2026. Accepted for publication 5 Mar 2026.

Введение

В условиях интенсивной цифровизации современное общество сталкивается с новыми вызовами в сфере образовательной коммуникации. Образовательные учреждения, включая школы, трансформируются не только в центры трансляции знаний и воспитания, но и становятся активными субъектами информационной политики, репрезентируя себя, свои ценности и достижения в виртуальном пространстве. Веб-сайты и страницы в социальных сетях превратились в автономные инструменты формирования имиджа, конструирования позитивного общественного мнения, привлечения внимания потенциальных учащихся, родителей, партнеров и спонсоров [Абрамовских 2020; Белоусов, Ганаева 2025; Копаница 2023; Николаева и др. 2024; Устинова 2024]. Развитие цифровых каналов коммуникации актуализировало значимость продуманной языковой, визуальной и мультимедийной стратегии, ориентированной на эффективное взаимодействие с широкой аудиторией в условиях конкуренции на национальном и международном образовательном рынках [Корнацкая 2024].

Ключевым элементом успешной коммуникации в цифровой среде выступает имплементация прагматических установок – осознанных стратегий речевого и медийного поведения, призванных оказывать воздействие на восприятие реципиента, мотивировать, убеждать, формировать и поддерживать определенный образ образовательной организации [Пронько 2022; Степанов 2023]. Средствами вербализации и визуализации прагматических установок служат разнообразные лексические, стилистические, визуальные, графические и мультимедийные элементы, выступающие маркерами ключевых ценностей, приоритетов, целей и конкурентных преимуществ. В данном контексте значимую роль играют дискурсивные практики, генерирующие у участников образовательного процесса устойчивое ощущение сопричастности, поддержки, доверия, безопасности, потенциала личностного и коллективного роста.

Проблема способов реализации прагматических установок в цифровых коммуникациях школ утрачивает исключительно технический характер

и становится предметом глубокого научного анализа на стыке лингвистики, социологии, педагогики и маркетинга. Каждый национальный образовательный дискурс, развивающийся в уникальном культурно-историческом контексте, формирует специфические способы выражения базовых ценностей, ключевых мотивов и стратегий взаимодействия. Сравнительный анализ русской, казахской и английской лингвокультур в аспекте школьного онлайн-дискурса позволяет выявить как универсальные закономерности формирования эффективной образовательной коммуникации в интернет-пространстве, так и уникальные, культурно детерминированные семантические и прагматические особенности.

Российская лингвокультура образовательных веб-ресурсов традиционно акцентирует внимание на реализации государственных стандартов, социальной миссии школы, формально-деловом стиле коммуникации и демонстрации коллективных и патриотических достижений. Параллельно наблюдается постепенная интеграция в современную школьную практику элементов сторителлинга, интерактива и эмоционального вовлечения. Казахская лингвокультура репрезентирует синтез традиционных ценностей, национальной идентичности и восприятия школы как центра общности и регионального развития, одновременно демонстрируя стремление к внедрению инновационных технологий и повышению открытости. Английская образовательная коммуникация делает акцент на индивидуализацию, личностный рост, поддерживающее и открытое взаимодействие, эмоциональные нарративы и культурное многообразие, при активном использовании визуальных и мультимедийных средств.

Цель статьи – систематизировать средства выражения прагматических установок на сайтах школ сквозь призму особенностей русской, казахской и английской лингвокультур. Особое внимание уделяется характеру и структуре коммуникации, селекции лексических и визуальных средств, анализу типичных тематик и мотивов, а также роли национальных культурных кодов в формировании стратегии образовательного бренда. Сопоставительный

анализ позволяет раскрыть индивидуальные характеристики и особенности трех лингвокультур, подчеркнуть их идентичность и общность. Результаты исследования могут быть применены для совершенствования образовательного маркетинга, повышения межкультурной компетентности педагогических и управленческих кадров, а также для формирования новых подходов к построению имиджа школы в условиях динамично трансформирующейся информационной среды. Комплексное рассмотрение средств выражения прагматических установок в различных культурах способствует обогащению теории цифрового дискурса, развитию прикладных методик создания эффективного образовательного контента и усилению роли школы как активного актора общественной жизни в эпоху цифровой трансформации.

Проблематика средств выражения прагматических установок в образовательном дискурсе активно разрабатывается в трудах отечественных и зарубежных исследователей, что отражает междисциплинарный характер данной темы, находящейся на стыке лингвистики, медиакоммуникативистики, педагогики и социальных наук.

В рамках российской научной традиции значительное внимание уделяется вопросам прагматики, стилистики образовательного дискурса, феномену имиджа образовательной организации [Маслова В. А. 2001; Маслова Н. В. 2013; Попова, Стернин 1999; 2007; Реформатский 1996; Стернин 2009; Токарева 2005]. Исследователи анализируют, каким образом официальная и медийная коммуникация школ конструирует доверие, социальную значимость, мотивирует к выбору образовательных продуктов. Так, З. Д. Попова и И. А. Стернин рассматривают понятие концепта и его роль в структурировании образовательного пространства [Попова, Стернин 1999; 2007], в то время как Н. В. Маслова выделяет механизмы вербализации ценностей и авторитетности в русской лингвокультуре [Маслова 2013]. Современные исследования [Иванова 2019; Крюкова 2014; Титова,

Староверова 2023; Титова и др. 2013] фокусируются на специфике формирования имиджа школ посредством цифровых платформ, отмечая тенденцию к интеграции сторителлинга, визуализации и привлечению аудитории через социальные сети.

В Казахстане значимы национально-культурные аспекты образовательной коммуникации: значимость сохранения традиций, идентичности, государственно одобренных моделей, патриотической семантики. Отдельный интерес представляют способы выражения коллективных ценностей, роль языковых маркеров национальной принадлежности, а также межъязыковое взаимодействие в дискурсе полилингвальных школ.

Актуальность изучения прагматических установок подтверждается работами в области межкультурной коммуникации [Могилевич 2008; Мотовилова и др. 2023; Персикова 2011; Hall 1976], в которых анализируются различия ценностных ориентиров, специфика дискурсивных практик и маркеры эффективности коммуникации в цифровой образовательной среде. Современные изыскания демонстрируют, что способ выражения ценностей, мотивов и целей через веб-сайты и социальные сети оказывает непосредственное влияние на имидж школы.

Анализ научной литературы свидетельствует о многоаспектном подходе к изучению средств выражения прагматических установок, подчеркивает важность комплексного межкультурного исследования, охватывающего лексические, визуальные, мультимедийные инструменты, а также их воздействие на развитие образовательного бренда и повышение эффективности школьной онлайн-коммуникации в русской, казахской и английской лингвокультурах.

Методы и материалы

Эмпирическую базу исследования составили веб-сайты и страницы в социальных сетях пяти средних школ Российской Федерации¹, пяти средних школ Республики Казахстан² и пяти государственных школ Великобритании³. Источниками информации

¹ Школа № 1553 имени В.И. Вернадского (Москва). URL: <https://lycu1553.mskobr.ru/>; Школа № 1284 имени Героя Советского Союза Н. В. Ковшовой (Москва). URL: <https://sch1284.mskobr.ru/>; Бауманская инженерная школа № 1580 (Москва). URL: <https://lycu1580.mskobr.ru/>; Школа № 548 «Царицыно» (Москва). URL: <https://cou548.mskobr.ru/>; Школа № 2103 (Москва). URL: <https://sch2103uz.mskobr.ru/> (дата обращения: 10.11.2025).

² № 6 гимназия (Астана). URL: <https://gim6ast.edu.kz/>; Сұлтанбек Қожанов атындағы 64 мектеп-лицей (Астана). URL: <https://64ml.edu.kz/?lang=kz>; № 70 мектеп-лицейдің (Астана). URL: <https://70.astana-bilim.kz/>; № 15 мектеп-лицей (Астана). URL: <https://astana-lizei15.edu.kz/>; Дінмұхамед Қонаев атындағы №66 мектеп-лицей (Астана). URL: <https://ibschool66.edu.kz> (дата обращения: 10.11.2025).

³ The Henrietta Barnett School (Square Hampstead Garden Suburb, London). URL: <https://www.hbschool.org.uk/>; Queen Elizabeth's School (Barnet, Hertfordshire). URL: <https://www.qebarnet.co.uk/>; The Latymer School (Edmonton, London). URL: <https://www.latymer.co.uk/>; Pate's Grammar School (Cheltenham, Gloucestershire). URL: <https://www.patesgs.org/>; Colyton Grammar School (Colyford, Devon). URL: <https://www.colytongrammar.com> (дата обращения: 10.11.2025).

выступили официальные веб-сайты, а также аккаунты в социальных сетях VK и Telegram, предназначенные для взаимодействия с пользователями. Отобранные текстовые материалы были подвергнуты содержательно-функциональному анализу с учетом типологических особенностей стилистики, этикетных формул и общего дизайна интерфейса.

Применен контент-анализ, направленный на выявление частотных речевых практик и особенностей смысловой наполненности ресурсов; интеракционный анализ, использованный для определения динамики интерактивных процессов и характера коммуникативных актов; лингвостилистический анализ, фиксирующий маркированные конструкты, несущие экспрессивную эмоциональную или аргументированно-убеждающую нагрузку; лингво-маркетинговый анализ, используемый для выявления вербальных и невербальных отличий.

Результаты

Тенденции и особенности цифровых ресурсов школ

Анализ средств выражения прагматических установок в цифровых ресурсах школ, репрезентирующих русскую, казахскую и английскую лингвокультуры, позволил идентифицировать следующие тенденции и особенности:

1. **Русская лингвокультура.** Доминирующие прагматические установки ориентированы на официальное информирование, демонстрацию достижений, патриотизм и коллективную идентичность. В социальных сетях преобладают посты-отчеты о победах в олимпиадах и конкурсах, государственных программах и мероприятиях; личностно-ориентированные нарративы выражены слабее. Мультимедийный контент представлен преимущественно фотографиями официальных школьных мероприятий, репортажами, реже – видеообращениями администрации.

2. **Казахская лингвокультура.** Подчеркивается интеграция государственной символики, национальных праздников, культурного наследия с образовательными задачами. Акцент делается на коллективных и семейных ценностях, значимости традиций, успехе всей образовательной общины. Встречаются выражения уважения, патриотические элементы, использование казахского языка наряду с русским. Визуальный контент включает фотографии народных праздников, государственных мероприятий, коллективные портреты.

3. **Английская лингвокультура.** Ключевой установкой является индивидуализация, мотивация,

эмоциональная поддержка, приближение институциональной коммуникации к семейной, где ценятся связи после обучения в школе: *our aim is to build vibrant, supportive community; Foster exceptional alumnae network; Our development director Fiona Hatcher is working to strengthen bonds*. Указывают, что школа является *special place* для достижения индивидуальных результатов и общения: *We are incredibly proud of our student's achievements; Abroad education that is ambitious, varied and stimulating*.

Распространены персонализированные обращения: *Meet our alumna Jessica; Proud to announce...; Follow your dreams with us!* Значительную долю контента составляют визуальные элементы, короткие видеоролики, мемы, анонсы клубных событий, интерактивные опросы.

Вербальный материал включает персонализированные обращения и истории успеха: *Meet our alumna Jessica; Proud to announce...; Our students achieved outstanding results....* Широко представлены мотивирующие слоганы и призывы к действию: *Follow your dreams with us!; Apply Now; Book a Visit; Join our community*. Эмоционально-поддерживающий тон реализуется через высказывания типа *We are here to support every child; Every student matters; Discover your potential*. Подобные контексты реализуют прагматические установки индивидуального роста, эмоциональной поддержки и вовлеченности, формируя образ школы как открытой, дружелюбной и ориентированной на личностное развитие среды, где каждый ученик воспринимается как уникальная ценность. В будущем после окончания обучения школа поддерживает контакты между учениками.

Таким образом, российские школьные ресурсы характеризуются формально-официальным стилем, ориентацией на коллективный успех и информирование. Казахстанские аккаунты демонстрируют баланс между официальностью и культурным самовыражением, акцентируя единство и преемственность, используя трехязычие. Английские страницы отличаются фокусом на персонификацию, передачу эмоций, релевантность для индивидуальных потребностей ребенка.

Кроме того, было установлено многообразие лингвомаркетинговых коммуникаций, детерминированных национальными ценностными системами, историческими особенностями развития образовательных систем, а также трансформацией коммуникативных практик под влиянием цифровых технологий и глобализации:

1. Русская лингвокультура. В онлайн-коммуникациях российских школ доминируют официальность, нормативность, коллективная идентичность и акцент на достижениях. Структура сайтов строится вокруг информационных разделов, нормативных документов (устав, лицензии, ФГОС) и инструкций, новостей о победах учеников в олимпиадах и конкурсах. Визуальный ряд представлен официальными фотографиями, групповыми портретами, репортажами с мероприятий. Прагматические установки направлены на укрепление доверия, подчеркивание статуса школы, ее соответствия государственным требованиям, а также на создание образа успешного образовательного коллектива и безопасной среды.

2. Казахская лингвокультура. Особенность цифровых ресурсов казахстанских школ заключается в сочетании официальности с национальным колоритом и уважением к традициям. Типичная коммуникативная стратегия включает акцентирование государственной поддержки, национальных праздников, проведение региональных и международных мероприятий. Сообщения на казахском и русском языках часто сопровождаются вербальными и визуальными маркерами идентичности: государственная символика, поздравления, коллективные фото, упоминание участия в значимых образовательных инициативах. Прагматические установки здесь нацелены на формирование образа школы как центра сохранения и развития культурных ценностей, общности, патриотизма и социальной значимости. Личные успехи учащихся интерпретируются в коллективном контексте, приветствуется трехязычие.

3. Английская лингвокультура. Цифровые ресурсы британских школ строятся вокруг принципов индивидуализации, эмоциональной поддержки и мотивации. Ключевые разделы содержат истории учеников, блоги о повседневной жизни, нацеленные на развитие персонального доверия и вовлеченности, а также надежду на последующие контакты после школы.

Итак, для русской и казахской лингвокультур характерна коллективная модель коммуникации с акцентом на формальное информирование, отчетность, поддержку национальных и государственных ценностей. Английская образовательная коммуникация же ориентирована на личный опыт, эмоциональное вовлечение, создание позитивной атмосферы поддержки и успеха каждого ученика. Во всех

трех лингвокультурах отмечается возрастающая роль визуальных и мультимедийных компонентов, расширение интерактивных сервисов.

Установлено, что на ресурсах российских школ проявляется апелляция к чувствам родителей и учащихся с использованием лексики *любовь, забота, ответственность, поддержка*, а также обращений в стиле дружественного наставничества. Стиль британских школ характеризуется нейтральностью тона в сочетании с точностью фактов, акцентом на образовательных результатах и профессиональном росте. Образцы письменной речи казахстанских школ отражают доброжелательную манеру общения, уважительное отношение к собеседнику, использование статусной терминологии и элементов национального культурного кода.

Особенности прагматических установок (табл. 1) проявляются в акцентах социально-психологического характера, формирующихся под влиянием национальных культур, государственных приоритетов и специфики образовательного брендинга.

Сравнительный анализ графического дизайна и юзабилити

Российские школы

Веб-ресурсы российских школ демонстрируют постепенный переход от формализованного оформления к современным дизайнерским практикам (рис. 1⁴). Значительное влияние сохраняют требования государственных стандартов к структуре. На веб-сайтах присутствуют элементы фирменного стиля, фотоконтент, видеоролики, интерактивные элементы. Фоновые изображения часто представляют сцены из школьной жизни. Встречаются блоки с *гордостью школы* – портреты олимпиадников, списки проектов. Некоторые сайты дополнены календарями событий, интеграцией с RuTube и VK. Мультимедиа включает видеотчеты, прямые трансляции, фотогалереи. В передовых школах внедряется интерактив: тесты, формы заявок, чаты, виртуальные туры.

На сайте школ навигационный процесс содержит разделы: *О нас, Родителям, Учащимся, Педагогам, Дополнительное образование*. Также мы можем увидеть на сайте, какие предпрофессиональные классы есть в данной школе: инженерный, предпринимательский, ИТ-классы, на сайте содержатся также документы для приема в школу, инструкции по сервисам МЭШ и расписание занятий.

⁴ Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Бауманская инженерная школа № 1580». URL: <https://lycu1580.mskobr.ru/> (дата обращения: 10.11.2025).

Табл. 1. Сравнительная характеристика прагматических установок
Tab. 1. Comparative analysis of pragmatic attitudes

Страна	Основные прагматические установки	Примеры прагматических приемов	Основной акцент коммуникации
Россия	Информирование, официальность, престиж, социализация, выполнение государственных стандартов	Документы, лицензии, достижения олимпиадников, формализованные новости, патриотическая лексика	Безопасность, надежность, соответствие закону, популяризация успехов, социальная интеграция
Великобритания	Индивидуальный рост, мотивация, вовлеченность, личная история, комьюнити, открытость	Личные истории выпускников, слоганы про ценности, блоги, клубы	Развитие личности, атмосфера поддержки, инновации
Казахстан	Приверженность традициям, национальная идентичность, государственные ценности, информирование	Фото с государственной символикой, новости о государственных инициативах, формальное описание успехов, патриотические послылы	Уважение к традициям, государственное признание школы, коллективная гордость

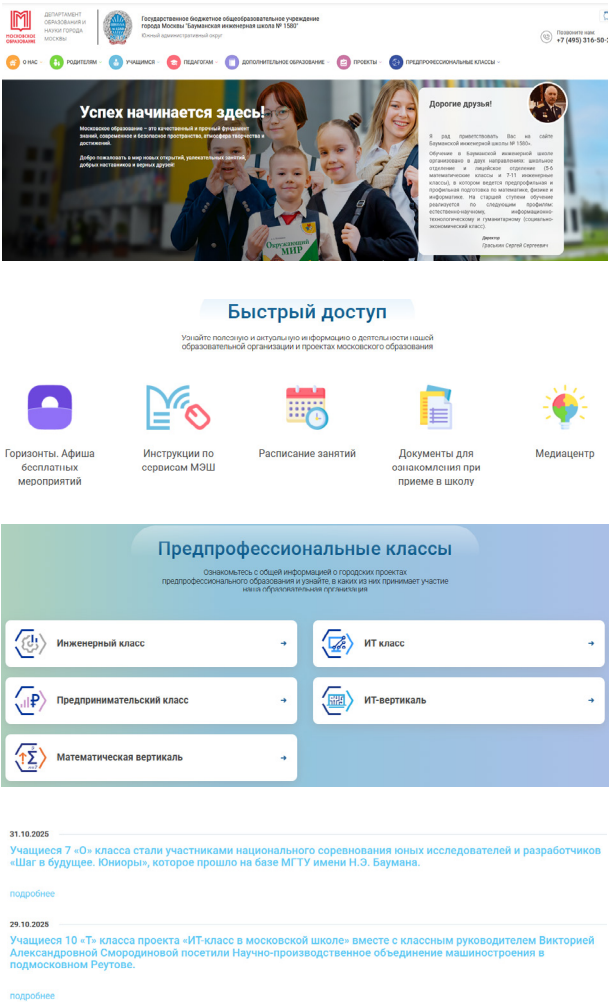


Рис. 1. Веб-сайт Бауманской инженерной школы № 1580 (Москва)
Fig. 1. Website of Bauman Engineering School No. 1580 (Moscow)

Заголовки новостей чаще всего построены по модели поздравления или отчета: *Поздравляем победителей олимпиады!*; *Наши ученики стали призерами регионального этапа всероссийской олимпиады*; *В школе прошла торжественная линейка, посвященная Дню знаний*. Широко используются формулы официального информирования: *Администрация школы информирует...*; *В соответствии с приказом...*; *Родительское собрание состоится...* Подобные контексты реализуют прагматические установки надежности, официальности и соответствия государственным стандартам, формируя образ безопасной и регулируемой образовательной среды, ориентированной на коллективные достижения и социальную ответственность.

Казахстанские школы

Для дизайна казахстанских образовательных сайтов характерно сочетание традиционности (официальный стиль, элементы национальной идентичности) с адаптацией к цифровым практикам (рис. 2⁵). Главные страницы нередко содержат элементы казахского орнамента, государственную символику, поздравления с национальными праздниками. Лидирующие школы перенимают европейский опыт: увеличивается доля фотовизуализации, портретов учеников. Типичный визуальный модуль включает коллективные фото, баннеры с лозунгами, галереи достижений. Используются корпоративные цвета школы (часто голубой, золотой, зеленый), интеграция с кунделик. Преобладает статичный контент: обилие текста, документы, отчеты. Мультимедиа представлено фотографиями

⁵ Астана қаласы әкімдігінің «№ 6 гимназия» ШЖҚ МКК. URL: <https://www.gim6ast.edu.kz/kz> (дата обращения: 10.11.2025).

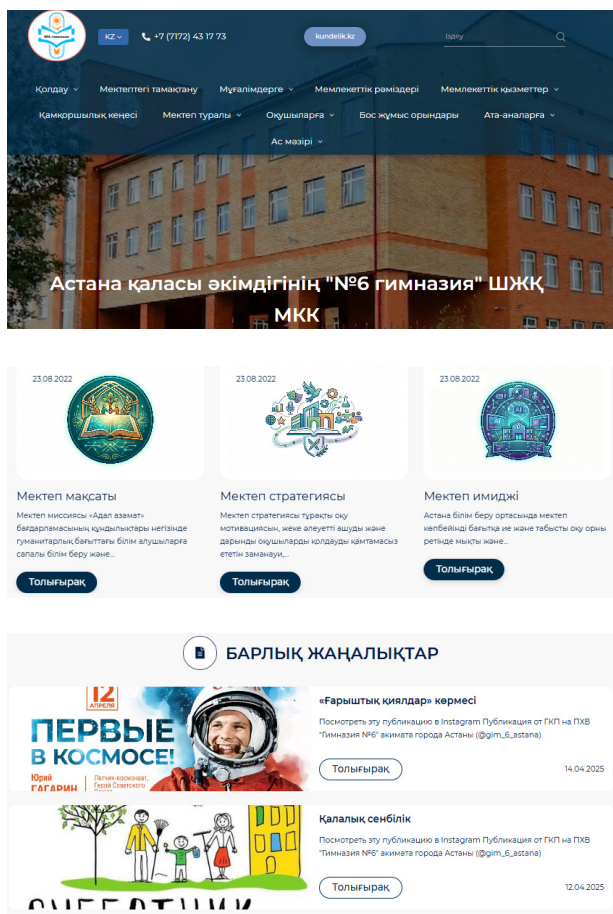


Рис. 2. Веб-сайт Гимназии № 6 (Астана)
Fig. 2. Grammar School No. 6 website (Astana)

с мероприятий (Наурыз, День знаний), коллективными портретами, реже – видео. Региональные и сельские школы отличаются консервативным подходом: минимализм, ограниченная палитра, акцент на официальную информацию.

Сайты казахстанских школ содержат элемент трехязычия – наряду с казахским языком используется русский и английский языки. Навигация сайта содержит в себе следующие разделы: *Поддержка, Питание в школе, Педагогам, Государственные символы, Государственные услуги, Попечительский совет, О школе, Учащимся, Вакансия, Родителям*. В каждой из данных секций прикреплены документальные ссылки, где можно ознакомиться непосредственно с документами. В данном случае это означает формальность и ответственность. Фотографии минимизированы. На сайте присутствует кунделик, что означает дневник, куда персонально могут войти родители и учащиеся.

На сайтах казахстанских школ наблюдается сочетание официального стиля с национально-культурными маркерами и двуязычием. В текстовом материале регулярно встречаются двуязычные заголовки и обращения: *Құттықтаймыз! Поздравляем!; Наурыз мейрамы құтты болсын! С праздником Наурыз!*, что отражает полилингвальную реальность образовательного пространства. Значительное место занимают упоминания государственных инициатив и символов: *В рамках реализации государственной программы...; В честь Дня Конституции РК...; Под флагом Республики Казахстан...* Характерны также коллективные формулировки, подчеркивающие общность и принадлежность к школьному сообществу: *Наш дружный коллектив...; Гордость нашей школы...; Поздравляем нашу команду с победой!* Эти контексты эксплицируют прагматические установки уважения к традициям, национальной идентичности и коллективной гордости, конструируя образ школы как центра сохранения культурных ценностей и социальной общности.

Британские школы

Дизайн образовательных сайтов Великобритании соответствует эталонным стандартам школьного брендинга. Основные принципы – минимализм, акцент на корпоративных цветах и визуальной чистоте, эстетика доверия и уважения к личности (рис. 3⁶). Главные страницы оформлены лаконично: используются эмоциональные баннеры с фотографиями учащихся, делается акцент на атмосфере школьной жизни. Широко применяется белое пространство, интуитивная навигация, адаптивный дизайн. Визуальная коммуникация строится на сочетании стильных цветов, четких логотипов и слоганов. Контент структурирован через карточки, галереи событий, видеопрезентации, истории выпускников. Сайты реализуют принцип *mobile-first* и включают инструменты доступности (*accessibility*). Мультимедийный контент разнообразен: видеотуры, виртуальные экскурсии, прямые трансляции. Дизайн прагматичен: каждый элемент ведет к целевому действию (эффективные кнопки призыва к действию (CTA) *Apply Now, Book a Visit*).

По результатам сравнительного анализа графического дизайна и юзабилити, представленного в таблице 2, выявлены существенные различия в уровне визуальной культуры, интерактивности

⁶ Henrietta Barnett School. URL: <https://www.hbschool.org.uk/> (accessed 10 Nov 2025).

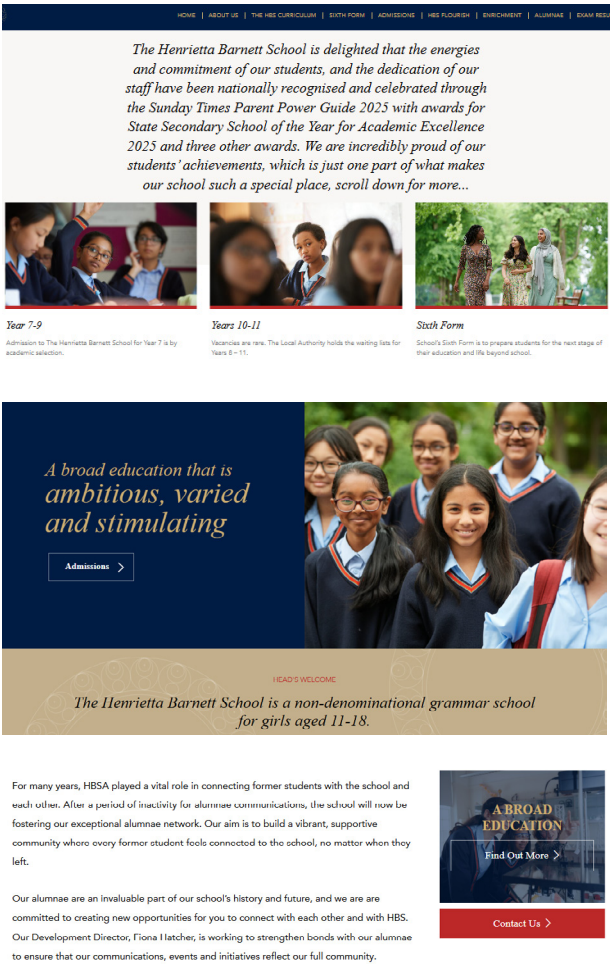


Рис. 3. Веб-сайт Школы Генриетты Барнетт (Лондон)
Fig. 3. Henrietta Barnett School website (London)

и эмоционального вовлечения, детерминированные как национальными традициями, так и степенью внедрения современных технологий.

Заключение

Проведенное сравнительное исследование средств выражения прагматических установок на сайтах школ в русской, казахской и английской лингвокультурах подтвердило тесную связь прагматических установок образовательных учреждений с социальными и культурными приоритетами каждой страны.

Российские школы демонстрируют ориентацию на формализацию и официальность, акцентируя внимание на соответствии государственным стандартам, достижениям учащихся, гражданской позиции и патриотизме. Ключевыми дискурсивными элементами выступают документированный успех, безопасность, коллективные ценности, нормативные формулировки.

В казахстанском образовательном пространстве наблюдается синтез традиционализма, уважения к государственным и региональным ценностям с элементами модернизации и интеграции цифровых технологий. Средства выражения прагматических установок часто апеллируют к национальной идентичности, коллективной гордости и государственным образовательным инициативам.

Английские школьные ресурсы характеризуются выраженной тенденцией к индивидуализации

Табл. 2. Сравнительный анализ графического дизайна и юзабилити
Tab. 2. Comparative analysis of graphic design and usability

Критерий	Британские школы	Российские школы	Казахстанские школы
Общий стиль	Минимализм, чистота линий, корпоративные цвета, фокус на эмоциях	Смешение строгого и традиционного стиля, акцент на патриотических цветах	Традиционный, простой, часто с этнокультурными элементами, стандартные сетки
Главная страница	Большой эмоциональный баннер / фото, быстрый доступ, СТА	Основные разделы по нормативу, баннер редко используется персонализированно	Флаг, фото, баннер, информация о поступлении, иногда видеоприветствия
Навигация	Интуитивное, адаптивное меню, простые маршруты	Стандартная, легкая и понятная навигация, нет перегруженности	Простое меню, ссылки иногда дублируются
Мультимедиа	Видеотур, качественные фотогалереи, активная интеграция социальных сетей	Фото мероприятий, редко – видеотуры	Фотогалереи, портреты
Контент	Истории, отзывы, расписание, интерактивные элементы	Отчеты, распоряжения, стандартные новости, отзывы, достижения	Официальная информация, расписания, достижения, формальный стиль
Маркетинговый имидж	Уникальность, ценности, клубы, современные визуальные решения	Формальный имидж, достижения, отзывы	Принадлежность к государственной системе, региональные особенности, олимпиадные достижения

и эмоциональному вовлечению аудитории, амбициями, индивидуальностью и нацеленностью на результат.

Универсальной для всех трех лингвокультур является возрастающая роль мультимедийных средств, интерактивных платформ, где прагматические установки эксплицируются не только вербально, но и через графику и дизайн. Различия проявляются преимущественно в тематических акцентах, выборе коммуникативных функций, стилистике и глубине персонализации контента.

Практическая значимость результатов заключается в возможности их применения для оптимизации образовательного маркетинга, повышения качества институциональной коммуникации и адаптации цифрового контента к целевым аудиториям с учетом лингвокультурной специфики. Результаты исследования могут быть полезны для специалистов в области маркетинга, разработчиков школьных веб-ресурсов и руководителей образовательных организаций.

В перспективе необходимо учитывать вызовы, связанные с внедрением искусственного интеллекта, развитием персонализированных цифровых сред, усилением мобильной составляющей и появлением новых платформ обратной связи. Грамотное конструирование прагматических установок с использованием вербальных и невербальных средств станет определяющим фактором эффективности образовательной коммуникации в XXI в.

Таким образом, средства выражения прагматических установок в цифровом пространстве школ различных лингвокультур демонстрируют

многогранность подходов, отражая культурные традиции, общественные запросы и технологические тренды. Комплексный межкультурный анализ позволяет идентифицировать лучшие практики и стратегические направления для развития образовательных коммуникаций, способствуя созданию вовлеченного, доверительного и современного образовательного пространства.

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

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

Раскрытие использования ИИ: Улучшение языка и стиля: перефразирование, улучшение читабельности, проверка грамматики и орфографии (но не генерирование основного текста). Синтез и обобщение информации. Оформление рукописи по требованиям издания: обработка и структурирование собранных данных (классификация библиографических источников, извлечение ключевых слов, создание черновиков аннотаций и др.), проверка соответствия требованиям научного издания.

AI Declaration: The author used AI-assisted services in order to improve language and style, enhance readability, assist with grammar and spelling checks, and format the manuscript. The author reviewed and edited the content as needed and takes full responsibility for the content of the published article.

Литература / References

- Абрамовских Т. А. Формирование и развитие имиджа образовательной организации в условиях цифровой образовательной среды. *Современное педагогическое образование*. 2020. № 5. С. 4–8. [Abramovskikh T. A. Formation and development of the image of an educational organization in a digital educational environment. *Modern Pedagogical Education*, 2020, (5): 4–8. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/loooio>
- Белоусов Д. Ю., Ганаева Е. А. Медиаимидж школы как ключевое направление стратегии развития образовательной организации. *Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика*. 2025. Т. 31. № 1. С. 52–59. [Belousov D. Yu., Ganaeva E. A. Media image of the school as a key direction of the educational organization's development strategy. *Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics*, 2025, 31(1): 52–59. (In Russ.)] <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2025-31-1-52-59>
- Иванова Ю. О. Механизмы формирования и развития имиджа образовательных организаций высшего образования: дис. ... канд. экон. наук. М., 2019. 207 с. [Ivanova Yu. O. *Mechanisms of formation and development of the image of higher education institutions*. Cand. Econ. Sci. Diss. Moscow, 2019, 207. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/czobfw>

- Копаница О. А. Сайт школы как цифровая проекция образовательной среды учреждения. *Современное образование: наука и практика*. 2023. № 2. С. 74–76. [Kopanitsa O. A. The school's website as a digital projection of the educational environment of the institution. *Sovremennoe obrazovanie: Nauka i praktika*, 2023, (2): 74–76. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rrmeqj>
- Корнацкая Е. Ю. Актуальность web-сайта для современной школы. *Актуальные исследования*. 2024. № 8-2. С. 48–51. [Kornatskaya E. Yu. The relevance of the website for a modern school. *Aktualnye issledovaniya*, 2024, (8-2): 48–51. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/dtpall>
- Крюкова Г. М. Антропоним в структуре учебного дискурса. *Вестник Иркутского государственного технического университета*. 2014. № 8. С. 235–240. [Kryukova G. M. Anthroponym in educational discourse structure. *Proceedings of Irkutsk State Technical University*, 2014, (8): 235–240. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/syrcif>
- Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 208 с. [Maslova V. A. *Cultural linguistics*. Moscow: Akademiya, 2001, 208. (In Russ.)]
- Маслова Н. В. Паруса ноосферного образования: потенциалы становления субъектности российского образования. *Устойчивое инновационное развитие: проектирование и управление*. 2013. Т. 9. № 2. С. 61–76. [Maslova N. V. The sails of noospheric education: Developmental potential of the subjectivity of Russian education. *Ustoichivoe innovatsionnoe razvitie: Proektirovanie i upravlenie*, 2013, 9(2): 61–76. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pgyzus>
- Могилевич Б. Р. Социологические аспекты межкультурной коммуникации. *Вестник Саратовского государственного аграрного университета им. Н. И. Вавилова*. 2008. № 2. С. 96–98. [Mogilevich B. R. The sociological aspects of crosscultural communication. *Saratov State Agrarian University in honor of N. I. Vavilov*, 2008, (2): 96–98. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/iladyd>
- Мотовилова А. Д., Меркер А. А., Нижельская Ю. А. Межкультурные коммуникации: теория и практика. *Вестник науки*. 2023. № 5. [Motovilova A. D., Merker A. A., Nizhelskaya Yu. A. Intercultural communication: Theory and practice. *Vestnik nauki*, 2023, (5). (In Russ.)] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnye-kommunikatsii-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 20.11.2025).
- Николаева М. А., Орлова Ю. В., Шрамко Н. В. Анализ имиджа общеобразовательных организаций Екатеринбурга. *Педагогическое образование в России*. 2024. № 4. С. 101–111. [Nikolaeva M. A., Orlova Yu. V., Shramko N. V. Analysis of the image of general educational organizations of Ekaterinburg. *Pedagogical Education in Russia*, 2024, (4): 101–111. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/oweotg>
- Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М.: Логос, 2011. 224 с. [Persikova T. N. *Intercultural communication and corporate culture*. Moscow: Logos, 2011, 224. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zrnwbl>
- Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток-Запад, 2007. 314 с. [Popova Z. D., Sternin I. A. *Cognitive linguistics*. Moscow: AST; Vostok-Zapad, 2007, 314. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rufsvd>
- Попова З. Д., Стернин И. А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж: ВГУ, 1999. 30 с. [Popova Z. D., Sternin I. A. *Concept in linguistic research*. Voronezh: VSU, 1999, 30. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/udaycz>
- Пронько Н. Н. Сайт образовательной организации как базовый элемент в системе маркетинговых коммуникаций. *Парадигмы управления, экономики и права*. 2022. № 2. С. 107–113. [Pronko N. N. A website of an educational organization as a basic element in the marketing communication system. *Paradigmy upravleniya, ekonomiki i prava*, 2022, (2): 107–113. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ayfcmt>
- Реформатский А. А. Введение в языковедение. М.: Аспект Пресс, 1996. 536 с. [Reformatskii A. A. *Introduction to linguistics*. Moscow: Aspekt Press, 1996, 536. (In Russ.)]
- Степанов В. Н. Медиастратегии продвижения образовательной организации в титульных и нетитульных сообществах в социальных сетях. *Язык. Коммуникация. Общество*. 2023. № 1. С. 67–85. [Stepanov V. N. Media strategies of promotion of an educational organization in title and non-title communities in social networks. *Language. Communication. Society*, 2023, (1): 67–85. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ukjvyq>
- Стернин И. А. К теории речевых культур носителя языка. *Вопросы психолингвистики*. 2009. № 9. С. 22–29. [Sternin I. A. Towards the theory of native speaker speech cultures. *Journal of Psycholinguistics*, 2009, (9): 22–29. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/laulg>

- Титова В. А., Цой М. Е., Мамонова Е. В. Управление маркетингом. 2-е изд., перераб. и доп. Новосибирск: НГТУ, 2013. 468 с. [Titova V. A., Tsoi M. E., Mamonova E. V. *Marketing management*. 2nd ed. Novosibirsk: NSTU, 2013, 468. (In Russ.)]
- Титова С. В., Староверова М. В. Этапы цифровизации языкового образования в XX–XXI вв. *Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2023. № 3. С. 25–45. [Titova S. V., Staroverova M. V. The stages of digitalization of language education in the XX–XXI cc. *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, 2023, (3): 25–45. (In Russ.)] <https://doi.org/10.55959/MSU-2074-1588-19-26-3-2>
- Токарева П. В. Коммуникативные стратегии и тактики в современном учебном дискурсе (на материале школьных учебников): дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2005. 171 с. [Tokareva P. V. *Communicative strategies and tactics in modern academic discourse in school textbooks*. Cand. Philol. Sci. Diss. Omsk, 2005, 171. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nnpffn>
- Устинова М. В. Сайт образовательной организации как инструмент создания образа виртуального автора (на материале заголовков новостного контента официального сайта вуза). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2024. Т. 3. № 1. С. 31–39. [Ustinova M. V. How websites of educational institutions create the virtual author: News headlines on university website. *Virtual Communication and Social Networks*, 2024, 3(1): 31–39. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-1-31-39>
- Hall E. T. *Beyond Culture*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 1976, 320.