**Языковые особенности жанра «обращение ректора» в университетском PR-дискурсе на материале веб-сайтов университетов России, США, Канады и Испании**

***Жданова Полина Владимировна***

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,*

*Высшая школа перевода (факультет), Москва, Россия*

*E-mail: avonair@list.ru*

Университет как социальный институт образования и науки за свою историю пережил несколько трансформаций. В эпоху модерна сменили друг друга две концепции университета: концепция разума (по И. Канту) и концепция культуры (по В. фон Гумбольдту). В качестве главной цели существования университета на смену идеи публичного применения разума пришло единство преподавания и исследования. С начала 90-х годов XX века принято говорить о третьей модели университета – концепции совершенства (University of excellence). Новая модель университета как стремящейся к экспансии бизнес-корпорации заимствует многие черты у бизнес-структур, в том числе стремление создать и поддерживать уникальный имидж.

Канадский исследователь высшего образования Билл Ридингс отмечает, что с возникновением новой модели изменилась и центральная фигура университета. Если в университете гумбольдтовского типа это был преподаватель-исследователь, то в университете совершенства им становится ректор, то есть управляющий [5]. Не удивительно, что официальные веб-сайты университетов обязательно содержат подробную информацию о ректоре: его биографию, тексты выступлений и даже рабочий график. В рамках исследования языка самопрезентации современного университета представляется важным изучить жанр обращения ректора к посетителям веб-сайта университета как один из ключевых элементов конструирования имиджа современного вуза.

Актуальность нашего исследования обусловлена фундаментальной ролью университета в социуме и высоким интересом к исследованиям в области стратегических коммуникаций в высшем образовании, обусловленным необходимостью повышения конкурентоспособности как отдельных вузов, так и системы высшего образования государства в целом. Данное направление представляет интерес как новая сфера коммуникации, аккумулирующая эффективные дискурсивные практики различных сфер деятельности человека. Университетский дискурс является малоизученным типом дискурса, среди его жанров наиболее исследованы жанры миссии и новостной статьи. Являясь институциональным дискурсом, он содержит в себе транспонированные признаки различных дискурсов (педагогический, научный, рекламный и др.) Интердискурсивность университетского дискурса позволяет исследовать влияние одного типа дискурса на другой. Также стоит отметить, что сопоставительные исследования в области университетского дискурса практически отсутствуют. Изучение обращений ректоров университетов России, США, Канады и Испании способствует выявлению особенностей концептов «университет» и «высшее образование» в указанных лингвокультурах.

Целью настоящей работы является выявление языковых особенностей жанра обращения ректора университета, типических как для данного жанра в целом, так и для различных лингвокультур. Для достижения цели нашего исследования поставлены следующие задачи: 1) систематизировать обращения, установив их адресатов и особенности представления обращений на страницах веб-сайтов; 2) определить стандартную структуру обращения, выявить обязательные и вариативные темы и основное сообщение; 3) установить языковые средства, с помощью которых передается основное сообщение и оказывается влияние на адресата; 4) определить отличительные особенности, характеризующие обращения ректоров университетов разных стран.

Материалом для исследования послужили 33 текста обращений ректоров на английском языке, размещенные на веб-сайтах университетов России, США, Канады и Испании. Тексты были отобраны методом сплошной выборки в поисковой выдаче при запросе ключевых слов на английском языке.

Теоретическую базу работы составляют труды отечественных и зарубежных исследователей в области теории высшего образования, жанроведения, дискурсивного анализа текста и когнитивной лингвистики.

В исследовании применяются следующие методы: анализ языковых особенностей текста, концептуальный анализ, контекстуальный анализ, сопоставительный метод, дискурс-анализ, а также корпусный подход с использованием специализированного программного обеспечения.

В результате проведенного исследования были выявлены общие закономерности жанра обращения ректора к посетителям веб-сайта университета, а также отдельные языковые особенности, присущие обращениям представителей англоязычной, испаноязычной и русскоязычной лингвокультур. В подавляющем большинстве изученных текстов было обнаружено использование языковых средств с положительной эмоционально-экспрессивной окраской и концептуальных метафор (университет как семья, обучение как путь), а также вербальное моделирование образа идеального обучающегося и выпускника университета (главное качество – стремление изменить мир). Среди отличий отмечены особенности лексического выражения концепта «обучение» (практически исключительно “training” в обращениях ректоров российских университетов, преимущественно “teaching” в обращениях ректоров вузов других стран), а также некоторые отличия, вызванные особенностями культуры и устройства сферы высшего образования разных стран.

**Литература**

1. Дьякова Е.Ю. Поликодовый текст в британском рекламном дискурсе сферы образования: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.04 / Дьякова Елена Юрьевна – Воронеж, 2011. – 219 с.
2. Кириллова, И. К. Лингвосемиотика англоязычного университетского дискурса: автореферат диссертации … кандидата филологических наук: 10.02.04 / Кириллова Ирина Константиновна. – Волгоград, 2010. – 19 с.
3. Копусь Т.А. Специфика языковой реализации жанра обращения руководства в годовом отчете (на материале русского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. №5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-yazykovoy-realizatsii-zhanra-obrascheniya-rukovodstva-v-godovom-otchete-na-materiale-russkogo-yazyka (дата обращения: 01.03.2025).
4. Манерко Л.А. Когнитивная теория языка: философские основания и направления исследований / Л. А. Манерко. – М.: Гнозис, 2024. – 448 с.
5. Ридингс Б. Университет в руинах [Текст] / пер. с англ. А. М. Корбута; Нац. исслед. ун-т – «Высшая школа экономики». – 2-е изд. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. – 304 с.
6. Слышкин, Г.Г. Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) / Г.Г. Слышкин // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. / под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. Волгоград: Перемена, 2000. – С.38-45.
7. Fairclough N. Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: The universities //Discourse & society. – 1993. – Т. 4. – №. 2. – С. 133-168. URL: https://doi.org/10.1177/0957926593004002002 (дата обращения: 01.03.2025).
8. Tokay I., Polat S. How Do Rectors of Foundation Universities in Istanbul Position Their Institutions? A Discourse Analysis of Rector Messages Regarding Mission and Vision. // Higher Education Governance and Policy, 5(2) – 2024. – С. 72-94. URL: https://doi.org/10.55993/hegp.1514916 (дата обращения: 01.03.2025).