

Лингвистическая дискурсология и переводческие стратегии

УДК 81.42

DOI: 10.14529/ling180401

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В УНИВЕРСИТЕТСКОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ СЛАЙДЕРОВ САЙТОВ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗОВ)

С.Ю. Двинина

Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия

В настоящее время наблюдается увеличение международных контактов в сфере образования, что делает необходимым изучение национальных особенностей пространственно-временной организации учебного процесса для преодоления когнитивных барьеров при общении и сотрудничестве студентов, преподавателей и ученых. В статье рассматривается пространственная организация на материале университетского дискурса русского, английского и немецкого языков на примере слайдеров сайтов пяти вузов, отечественных и зарубежных. В рамках исследования предлагается использовать совместно когнитивно-дискурсивный и лингвокультурологический подходы, что позволяет учитывать национально-специфические особенности. В рамках дискурсивного анализа акцент делается на антропоцентрическом аспекте пространственной составляющей. Появляются привлекательные для реципиентов образы пространственной организации университетской жизни, приводятся примеры реализации «удачных» когнитивных пространственных моделей, которые направлены на увеличение контингента студентов и работников вуза.

Ключевые слова: пространство, университетский дискурс, образование, сайт, когнитивные модели, лингвокультурология.

Глобализация в современном мире способствует росту коммуникации между представителями разных народов, в том числе в сфере образования. Благодаря грантам и программам академического обмена ученые, преподаватели и студенты имеют возможность посещать вузы разных стран. Специфика университетской жизни в России и за границей, помимо всего прочего, позволяет говорить о различном подходе к пространственной и временной организации учебного процесса и связанных с ним сфер жизни, что является следствием разных способов восприятия пространства и времени, имеющими свою специфику в каждой культуре. Таким образом, исследование пространственно-временных особенностей в университетском дискурсе, с одной стороны, отвечает интересам современной научной мысли к изучению когнитивных процессов, а с другой стороны, является практико-ориентированным и направлено на преодоление культурных различий, поиск эффективных способов организации учебного процесса и создание привлекательного образа учебного заведения.

В данной статье изучаются информационные когнитивные модели пространства с учетом лингвокультурологических особенностей на основе актуализации категории пространства в университетском дискурсе на примере Landing Page сайтов пяти вузов на русском, английском и немецком языках, однако затем планируется составить также корпус рекламных, публицистических, новостных

и поликодовых текстов и видеороликов. В работе привлекаются материалы следующих вузов: Челябинский государственный университет (ЧелГУ), Южно-Уральский государственный университет (ЮУрГУ), Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет (ЮУрГПУ), колледж Святого Антония Оксфордского университета и университет Кристиана Альбрехта в г. Киле (CAU) (<http://www.csu.ru/>, <http://www.susu.ru/>, <http://www.cspu.ru/>, <http://www.sant.ox.ac.uk/>, <https://www.uni-kiel.de/> соответственно [1–5]). Выбор данных университетов сделан на основе возможности их более детального анализа благодаря посещению всех учебных учреждений.

В последнее время появляется все больше научных работ, посвященных изучению разных видов институционального дискурса. Анализ университетского дискурса только набирает обороты и обладает огромным потенциалом для исследования. При этом пространственно-временная организация в университетском дискурсе еще не была в центре научных интересов. Таким образом, впервые предпринятое сравнительно-сопоставительное изучение способов репрезентации категории пространства в университетском дискурсе трех языков (русском, английском и немецком) позволит выявить когнитивные модели пространства для их дальнейшего целесообразного применения в сфере образования. Для решения данного вопроса предлагается создать новую модель опи-

сания пространственно-временной организации, учитывающую одновременно когнитивно-дискурсивные и лингвокультурологические особенности, которые ранее рассматривались по отдельности. Именно объединенная концепция дает возможность определить эффективность представленных в университетском дискурсе моделей пространственно-временной организации, рассмотренных нами ранее в художественном дискурсе [7].

Сайты исследуемых университетов представляют собой универсальный вариант – сочетание классического сайта (множество внутренних страниц на основе гиперссылок) и страницы Landing Page («картинка», направленная на привлечение аудитории), при этом сайт университета Кристиана Альбрехта в г. Киле в большей степени соответствует требованиям мобильной версии. В данной статье мы рассматриваем содержание только стартовой страницы – главной Landing Page, кроме того, делаем акцент на антропоцентрической составляющей. Так, Landing Page сайта каждого университета содержит вкладки для навигации и слайдеры (меняющиеся картинки). Сайты четырех вузов имеют вкладки для абитуриентов и студентов (ЧелГУ, ЮУрГУ, ЮУрГГПУ, St. Anthony College), три российских сайта добавляют вкладку для выпускника, при этом два сайта (ЧелГУ, ЮУрГУ) имеют также вкладку для сотрудников. Кроме того, сайт ЧелГУ включает вкладку для гостя, а сайт ЮУрГУ – для аспирантов. Обращение к реципиентам делает пространство вуза ближе как по отношению к потенциальным абитуриентам, так и к тем, кто уже связан с вузом. В результате преодолевается ограниченность пространства, убираются рамки, обнаруживаются связи внутри этого пространства [8], фрагменты «чужого» становятся «своими», дальние приближаются, а неосвоенное приобретает потенциал освоенного. Однако «разделенность» на вкладки реализует такие фрагменты, как «разрешенные» и «запрещенные», ведь для каждой из категорий присуща только своя вкладка [9]. В рамках данного сравнения сайт университета Кристиана Альбрехта в г. Киле не использует прямое упоминание человека (все пять вкладок содержат только абстрактные понятия, например, учеба или исследование), что, по сути, исключает пространство деятеля и включает только пространство наблюдателя [6], а значит, реализуется ограниченность. Тем не менее, такой прием также работает на привлечение внимания: желая войти в «неосвоенное» пространство и стать частью «невидимого мира», реципиент будет искать нужную ему информацию, открывая ссылки и прокручивая Landing Page.

Следующим важным пунктом сравнения выступает слайдер, который присутствует на каждой стартовой странице Landing Page. Отметим, что обычно число меняющихся картинок небольшое. На данный момент мы имеем следующее количество: ЧелГУ – 3, ЮУрГГПУ – 4, St. Anthony College – 5, CAU – 4. При этом на сайте ЮУрГУ мы обнаруживаем 16 картинок, что является редкостью при создании сайтов. Небольшое число кар-

тинок на слайдере позволяет пользователю увидеть одну и ту же новость несколько раз за небольшой период времени, что увеличивает вероятность перехода по ссылке. И хотя это меньше «закона Миллера» (7 ± 2), реципиент эффективно запоминает новости на слайдере. Если обратиться к примеру ЮУрГУ с большим количеством картинок-новостей, то можно выделить такой положительный момент, как «насыщенность событий» в пространстве университетского дискурса, что отсутствует на других сайтах. Пользователь не запомнит все события, но будет создан эффект «калейдоскопа», что может положительно повлиять на выбор реципиента-абитуриента, который желает приобщиться к более наполненному событиями пространству. Таким образом, для создания необходимой пространственной составляющей вуза мы находим плюсы и минусы как небольшого числа картинок на слайдере, так и большого, при этом выбор определяется целью университета: сфокусировать внимание пользователей на чем-то конкретном или показать многообразие.

Тем не менее, основной характеристикой слайдеров мы считаем их наполнение. На данный момент картинки слайдера ЧелГУ содержат информацию, связанную с временной составляющей: для школьников, готовящихся к ЕГЭ, для абитуриентов и для выпускников. Отметим, что последняя картинка направлена также и для поступающих, и для студентов, так как завершает поэтапную модель, в результате которой создается траектория действий как в пространстве (из школы в университет на работу), так и во времени (подготовься – поступи – закончи). Кроме того, каждая из картинок включает в себя изображение людей в определенной обстановке (за партой, в приемной комиссии, на выпускном), что способствует сближению пространств, а также отражает движение и изменения. Сопровождающий картинки текст не многословен и позволяет рассмотреть картинки (в частности, выражение лиц людей и окружающее их пространство), что обеспечивает эмоциональную сопричастность к каждой из ситуаций.

Отличительной особенностью слайдера ЮУрГГПУ является отсутствие изображения людей на всех меняющихся картинках, а также насыщенность информации, в том числе прецизионной информации (много текста, цифр, дат, имен). Такое использование пространства картинки не создает какого-либо пространственного восприятия, которое должно связывать пользователя-реципиента с вузом. Частичное изображение здания университета также не вызывает эмоциональной связи, в результате чего нейтральный реципиент, по сути, остается безучастен к новостям, а значит, слайдер не выполняет свою функцию.

На Landing Page сайта ЮУрГУ 11 из 16 меняющихся картинок содержат изображение людей, что подчеркивает антропоцентрический вектор пространственной составляющей в университетском дискурсе вуза. При этом на двух изображениях мы видим студентов разных национальностей, а еще на одной картинке с людьми – флаги

разных стран. Таким образом, создается связь вуза с мировым пространством, утверждается включенность вуза в более обширную модель, реализуется связь «контакт» [10]. Подтверждает эту идею еще один слайд-коллаж «ЮУрГУ – в мировой элите образования», который, однако, уступает по силе воздействия тем, где этот посыл дается имплицитно. Реализация связей между объектами, явлениями и различными пространствами, непрерывность пространства вуза, прорыв в «невидимый мир» вне вуза в основном основаны на «контакте» и «смежности» (производство, школы, лаборатории) и изредка «на расстоянии» (обучение онлайн и заочно) [10]. Кроме того, один слайд целенаправленно делает акцент на пространственной составляющей «Наш кампус: живи и учишься с комфортом». При этом символ любви – сердце – и радующаяся молодежь на сцене делают утверждение реальным и объемным, в результате чего реципиент хочет подсознательно к ним присоединиться.

На сайте St. Anthony College 3 слайда из 5 подчеркивают интернациональное пространство вуза, а 2 оставшиеся меняющиеся картинки – пространство самого университета (удобства, расположение и атмосферу). Отметим, что на всех слайдах изображены люди: на четырех фотографиях они играют центральную роль и на одной выступают в виде фона, где акцент сделан уже на пространстве – здании. Тем не менее, пространство фона на остальных фотографиях-слайдах также интересно: все локации разные. Внутренне пространство включает, среди прочего, стеллажи с книгами как неотъемлемый атрибут ученой среды. Еще на одной фотографии мы встречаем внешнее пространство – парк, на фоне которого разговаривают девушка и молодой человек. Тем самым создается образ университета, пространство которого выходит за пределы стен учебного заведения, а значит, убираются ограничения, пространство «расширяется» и становится непрерывным.

Слайдер сайта университета Кристиана Альбрехта в г. Киле содержит только четыре картинки, три из которых связаны с исследованиями и только одна – с учебой как таковой, на которой изображен молодой человек. Изображение человека присутствует еще на одном слайде, но только в виде размытого фона. Два слайда включают в себя помимо текста только графику и компьютерные модели. Таким образом, можно заключить, что антропоцентрическая составляющая слайдера целенаправленно отодвинута на второй план, так как необходима фокусировка внимания реципиентов на научных исследованиях университета. Про-

странство университетского дискурса расширяется не за счет внешней физической среды (международные отношения, парки и пр.), а посредством углубления в мир науки – «нефизический».

Результаты исследования доказывают, что антропоцентрическая составляющая пространства университетского дискурса является важной для привлечения внимания реципиентов, так как способствует эмоциональной сопричастности, однако, в зависимости от целей, может реализовываться частично (CAU). Тем не менее, слайдеры, где изображение людей встречается чаще (ЮУрГУ, ЧелГУ, St. Anthony College), особенно разных национальностей и в разных локациях, эффективнее способствуют необходимому для вуза восприятию пространства реципиентом, чем слайдеры, где полностью исключены люди (ЮУрГППУ).

Литература

1. <http://www.csu.ru/> (дата обращения: 06.09.2018)
2. <http://www.susu.ru/> (дата обращения: 06.09.2018)
3. <http://www.cspu.ru/> (дата обращения: 06.09.2018)
4. <http://www.sant.ox.ac.uk/> (дата обращения: 06.09.2018)
5. <https://www.uni-kiel.de/> (дата обращения: 06.09.2018)
6. Болдырев, Н.Н. *Отражение пространства деятеля и пространства наблюдателя в высказывании* / Н.Н. Болдырев // *Логический анализ языка. Языки пространств* / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 212–217.
7. Двинина, С.Ю. *Категории времени и пространства в художественном дискурсе постмодернизма: автореф. дис. ... канд. филол. наук* / С.Ю. Двинина. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2014. – 23 с.
8. Донцов, А.И. *Схемы понимания и объяснения физической реальности* / А.И. Донцов, О.Е. Баксанский // *Вопросы философии*. – 1998. – № 11. – С. 75–90.
9. Кустова, Г.И. *Тип концептуализации пространства и семантические свойства глагола (группа попать)* / Г.И. Кустова // *Логический анализ языка. Языки пространств* / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 47–56.
10. Talmy, L. *Toward a cognitive semantics. Vol. 1. Concept Structuring Systems* / L. Talmy. – Cambridge, L.: A Bradford Book, MIT Press, 2000. – 565 p.

Двинина Светлана Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретического и прикладного языкознания историко-филологического факультета, Челябинский государственный университет (Челябинск), lana-dvinska@mail.ru

Поступила в редакцию 9 сентября 2018 г.

SPACE PARAMETER IN UNIVERSITY DISCOURSE
(CASE STUDY OF SITE SLIDERS OF RUSSIAN
AND FOREIGN UNIVERSITIES)

S.Yu. Dvinina, lana-dvinska@mail.ru
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation

Nowadays there is a manifestation of increasing international contacts in the education sphere, which requires studying national specifics to overcome cognitive barriers and assist people collaboration. The article studies the organization of space, an integral part of university, in the university discourse of three languages (Russian, English, German) and carries out a comparative analysis to educe universal and culturally-oriented factors. The study case is a slider of five university sites. The integration of cognitive-and-discourse and language-and-culture approaches allows the author to describe cognitive models of space in the university discourse based on national specifics and study anthropocentric aspects of space organization. The data obtained give an opportunity to educe preferred images of space at university and improve conditions of working and studying in the future. "Successful" models can also facilitate increasing the number of students and academics.

Keywords: space, university discourse, education, site, cognitive models, language and culture studies.

References

1. <http://www.csu.ru/> (accessed: 06.09.2018)
2. <http://www.susu.ru/> (accessed: 06.09.2018)
3. <http://www.cspu.ru/> (accessed: 06.09.2018)
4. <http://www.sant.ox.ac.uk/> (accessed: 06.09.2018)
5. <https://www.uni-kiel.de/> (accessed: 06.09.2018)
6. Boldyrev N.N. [Reflection of Actor's Space and Watcher's Space in Speaking]. *Logicheskij analiz yazyka. Yazyki prostranstv* [Logical Analysis of a Language. Languages of Spaces]. N.D. Arutyunova, I.B. Levontina (eds.). Moscow, Yazyki russkoj kul'tury Publ., 2000. pp. 212-217.
7. Dvinina S.Yu. *Kategorii vremeni i prostranstva v hudozhestvennom diskurse postmodernizma: avtoref. dis.... kand. filol. nauk* : 10.02.19 [Categories of Time and Space in Literary Discourse of Postmodernism. Abstract of Cand. diss.]. Chelyabinsk, 2014. 23 p.
8. Dontsov A.I., Baksanskij O.E. [Schemes of Understanding And Explanation of Physical Reality]. *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy]. 1998, no 11. pp. 75-90.
9. Kustova G.I. [Type of Space Conceptualization And Semantic Characteristics of Verbs]. *Logicheskij analiz yazyka. Yazyki prostranstv* [Logical Analysis of a Language. Languages of Spaces]. N.D. Arutyunova, I.B. Levontina (eds.) Moscow, Yazyki russkoj kul'tury Publ., 2000, pp. 47-56.
10. Talmy L. *Toward a cognitive semantics. Vol. 1: Concept Structuring Systems*. L. A Bradford Book, MIT Press, 2000. 565 p.

Svetlana Yu. Dvinina, PhD, Associate Professor, Theoretical and Applied Linguistics Department, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, lana-dvinska@mail.ru

Received 9 September 2018

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Двинина, С.Ю. Пространственная составляющая в университетском дискурсе (на примере слайдеров сайтов отечественных и зарубежных вузов) / С.Ю. Двинина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2018. – Т. 15, № 4. – С. 5–8. DOI: 10.14529/ling180401

FOR CITATION

Dvinina, S.Yu. Space Parameter in University Discourse (Case Study of Site Sliders of Russian and Foreign Universities). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2018, vol. 15, no. 4, pp. 5–8. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling180401