

УДК 811.161.1'42

**МИРОМОДЕЛИРУЮЩАЯ  
ФУНКЦИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ЛЕКСИКИ  
В ПРЕЗЕНТАЦИОННЫХ ТЕКСТАХ УНИВЕРСИТЕТА**А.Н. Серебренникова  
A.N. SerebrennikovaТомский политехнический университет  
E-mail: [anna\\_s0376@mail.ru](mailto:anna_s0376@mail.ru)

**Серебренникова Анна Николаевна**, доцент кафедры русского языка и литературы Института международного образования и языковой коммуникации ТПУ.  
E-mail: [anna\\_s0376@mail.ru](mailto:anna_s0376@mail.ru)  
Область научных интересов: лингвокультурология, лексическая семантика, межкультурная коммуникация.

В статье представлено лингвокультурологическое описание лексических единиц с пространственной семантикой, функционирующих в презентационных текстах российских и зарубежных университетов. Актуальность исследования определяется его междисциплинарным характером, поиском миромоделирующего потенциала лексики с пространственной семантикой, позволяющим

характеризовать один из современных институциональных дискурсов – университетский дискурс. В результате выявлены и описаны средства репрезентации пространственной семантики, актуализирующей признак «координационные параметры»; определено общее и различное в параметризации пространства в русско- и англоязычном текстах, установлены связанные с этим прагматические установки российских и зарубежных вузов.

**Ключевые слова:**

Картина мира, культурный компонент значения, семантика пространства.

Одной из важнейших задач современной лингвистики является осмысление проблем, связанных с функционированием языка, с его ролью в построении картины мира. Успешное исследование формирующих языковую картину мира понятий осуществляется в рамках лингвокультурологического направления (В.В. Воробьев, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, В.В. Красных, В.Н. Телия и др.). Выход на принципиально иной, междисциплинарный уровень осмысления и обобщения языковых фактов позволил лингвистике по-новому взглянуть на традиционно изучаемые феномены, в том числе на проблему описания категориального каркаса языка. В сферу исследовательских интересов современной лингвистики попадают универсальные категории человеческого сознания и культуры, к числу которых, без сомнения, принадлежит пространство. Лежащая в основе модели мира любой культуры, категория пространства рассматривается как принцип, организующий картину мира человека, как структурная единица сознания, репрезентируемая соответственно маркированными языковыми средствами.

Языковое моделирование мира отражает мироустройство. «Мир» определяется как взаимодействие человека и среды, которую человек пытается осмыслить, изучить и структурировать. Этот сложный процесс категоризации мира осуществляется сквозь призму бинарных противопоставлений, в числе которых универсальные системы пространственных координат («верх – низ», «впереди – позади», «внутренний – внешний», «центр – периферия» и др.).

Пространство как одна из универсальных категорий бытия с давних пор является объектом всестороннего изучения. Глубина и неоднозначность ее онтологической и функциональной природы, сложность структуры («многослойность» – Ю.М. Лотман), универсальность и специфичность проявления – всё это обуславливает интерес к ней представителей самых разных областей научного знания, в том числе лингвистики. В работах, посвященных феномену пространства, реализуются различные подходы к его описанию: семантический и когнитивный (Е.С. Кубрякова, А.М. Мухачёва, Е.В. Рахилина, А.Д. Шмелёв, Е.С. Яковлева и др.), этнолингвистический и лингвокультурологический (Н.С. Смолякова, Ю.С. Степанов, В.Н. Топоров, Т.В. Цивьян и др.). В данной работе исследование пространства осуществляется в лингвокультурологическом аспекте, предполагающем поиск культурной специфики объективации пространства в языке.

Универсальность семантики пространства, ее концептуализирующий и классифицирующий характер определили сложность выявления и «ограничения» средств ее экспликации. Семантика пространства репрезентируется на всех уровнях языка, однако приоритетное положение в системе форм ее выражения занимает лексика, поэтому данное исследование сосредоточено на вербальных средствах.

В работах, посвященных описанию пространственной семантики, в качестве материала для анализа рассматриваются тексты, манифестирующие общерусский, диалектный или фольклорный срез ментальности, а отдельные дискурсивные практики только в последние годы становятся источником таких исследований. Вместе с тем, находя объективацию в языке/тексте, категория пространства получает различное концептуальное и лингвокультурное наполнение, поэтому представляется актуальным рассмотрение ее позиционирования в одном из современных институциональных дискурсов – университетском, под которым понимается «тот язык, на котором университет говорит с миром» [1. С. 200]. Объектом настоящего исследования стали лексические единицы, эксплицирующие пространственную семантику в презентационных текстах университетов. В качестве материала выступают презентационные тексты российских и зарубежных технических университетов, занимающих лидирующие позиции в российском и мировом рейтингах (под ведущими техническими университетами понимаются вузы, занимающие первые десять строчек в рейтинге лучших мировых технических вузов и в рейтинге лучших российских технических университетов). Источником являются официальные сайты данных вузов.

Под презентационным текстом в работе понимаются тексты разной жанрово-стилевой отнесенности, которые, во-первых, имеют программный, статусный характер, во-вторых, реализуют прагматически значимую стратегию самопрезентации. При этом субъектом самопрезентации выступают сами университеты в их физической, социальной, интеллектуальной, временной представленности. Для анализа были отобраны наиболее часто встречаемые на главной странице сайтов тексты: «Миссия», «История», «Университет сегодня», «Обращение / приветствие ректора», «Основные / общие сведения»; «Mission and Core Values»; «(Brief) History», «Message from the President», «Message from the Chair of the University Council», «General Information» и т. д.

База исследовательского материала включает по 30 презентационных текстов российских и зарубежных вузов; всего было проанализировано около 300 высказываний, репрезентирующих лексику с пространственной семантикой.

Дифференциация пространства в презентационных текстах российских и зарубежных университетов осуществляется по пяти параметрам, каждый из которых имеет свое лексическое наполнение и выражен в серии универсальных семиотических оппозиций, концептуализирующих один из способов пространственной ориентации: расстояние от наблюдателя, координационные параметры, размер, геометрическая форма и граница. Рассмотрим лексику с пространственной семантикой, функционирующую в данных текстах и представляющую «координационные параметры».

Репрезентация пространственной семантики «координационные параметры» осуществляется главным образом оппозициями «центр – периферия», «родной – зарубежный». В рамках данной статьи рассмотрим средства репрезентации первой оппозиции.

Оппозиция **«центр – периферия»** является одной из ключевых в процессе освоения пространства человеком. Размышляя об этом, А.П. Бабушкин отмечает: «мир осваивается человеком “от себя”, по направлению от ближайшего пространства к тому, что существует вне его сознания и его личности» [2. С. 9].

Анализ материала показал, что в университетском дискурсе именно первый член противопоставления является маркированным, т. е. лексически представленным в тексте и соотношенным с образом университета. Это ближайшее по отношению к наблюдателю пространство обозначается лексическими единицами с семантикой центра: в анализируемых текстах это лексемы *центр* в русском языке и *centre, heart* в английском. Периферия, как известно, находится в отдалении от центра, она недискретна, а потому практически не поименовывается. В данном случае семантика пространства коррелирует с семантикой «свойственности – чуждости», по-

скольку заданные таким образом координаты членят пространство на освоенное и неосвоенное («свое» и «чужое»).

В русскоязычных словарях выделяется разное количество значений слова *центр*: шесть [3. С. 777], девять [4. С. 640–641], три новых значения фиксирует словарь под ред. Г.Н. Скляревской [5. С. 664–665]. Анализ материала показал, что в презентационных текстах российских университетов актуальны следующие значения:

- центр – это «срединная и главная часть чего-либо, ядро»: *центр трансфера технологий; центры коллективного пользования уникальным оборудованием..., центр обработки информации, центр управления разработкой месторождений...; ведущий учебно-научный центр;*
- центр – это «место сосредоточения чего-н.; важный пункт чего-н.»: *СПбГПУ является партнером многих ведущих университетских центров мира...;*
- центр – это «главенствующее, ведущее учреждение какой-н. отрасли»: *МГУ – ведущий научный центр страны, в составе которого сформировались крупные научные школы; Московский университет превратился в крупный международный центр подготовки студентов и аспирантов; Томский политехнический институт – образовательный, методический и культурно-инженерный центр, обеспечивший формирование структуры, качество и развитие производительных сил Сибири;*
- центр – это «название учреждения или отдела, ведающего чем-л.»: *Научно-исследовательский вычислительный центр; Научный центр геомеханики и проблем горного производства; Международный культурный центр.*

Английская лексема *centre* также многозначна, в словаре Oxford представлено три основных значения и восемь вариантов [6], в словаре Collins – 14 значений [7], в словаре Webster – пять [8]. В презентационных текстах зарубежных вузов представлены следующие значения данной лексемы:

- center – «a point, area, or part that is approximately in the middle of a larger area or volume» (точка, область или ее часть, которая приблизительно в середине большей площади или объема): *'Extension lectures' in provincial centres were an important feature of University activities in the late nineteenth century... (Лекции по расширению фоновых знаний в провинциальных центрах были важной отличительной чертой университетской активности в конце 19-го века);*
- center – «a place at which some specified activity is concentrated» (место, в котором сконцентрирована указанная деятельность): *Today the institute is recognized as one of the centre of academic excellence in the country, reputed for the outstanding caliber of the students graduating from it (Сегодня институт признан одним из центров академических знаний в стране, и славится выдающимися студентами, выпускающимися из этого института); The institute is also going to get a state of the art nanotechnology research centre soon (Также институт вскоре получит статус исследовательского центра искусственных нанотехнологий);*
- center – «a place of activity or influence» (место осуществления деятельности или источник влияния): *Thus Peking University has become a center for teaching and research and a university of a new type, embracing diverse branches of learning such as basic and applied sciences... (Таким образом, Пекинский университет стал центром преподавания и исследований и университетом нового типа, охватывающим различные отрасли знаний, как фундаментальных, так и прикладных).*

Кроме того, стремление обозначить свое положение как центральное выражается лексемой *heart*, которая также имеет несколько значений, но для данных текстов актуальным является следующее: «the most important or vital part» (самая важная или существенная часть): *His emphasis on "learning by doing," ... continues to be at the heart of MIT's educational mission (Принцип «изучение на практике» продолжает подчеркивать центральную идею образовательной миссии Массачусетского технологического института); Multidisciplinary research and teaching are at the heart of recent university-wide initiatives on human health, the environment and sustainability, international affairs and the arts (Многопрофильные исследования и обучение являются ос-*

*новой недавних мероприятий университетского масштаба, связанных со здоровьем человека, окружающей средой и устойчивым развитием, международными отношениями и искусствами).*

Таким образом, и в русскоязычных, и в англоязычных презентационных текстах идея центрального статуса университета реализуется в двух плоскостях: локусной (географической) и интеллектуальной, но фокус внимания сдвигается в пользу последнего. Университету важно позиционировать себя как субъект, способный выполнять координационную, трансфертную, управляющую функции, быть средоточием научных и образовательных инноваций. При этом наличие других «центров силы» допускается, однако, как правило, они оказываются отдалены от него географически (технические вузы) или ментально (классические университеты).

Внутренняя организация университета тоже полицентрична: в обеих пространственных сферах в структуре вуза наличествуют (микро)центры, каждый из которых имеет свою спецификацию. В пространстве вуза каждый объект, получающий наименование *центр*, мыслится как самодостаточный и центральный, в то время как периферию для него и фон обыденной университетской жизни составляет всё то, что вообще не подвергается или крайне редко подвергается специальному обозначению, идентифицируясь по цифровому коду или адресу (например, учебные корпуса и аудитории).

Вышесказанное дает возможность сделать вывод о том, что и для русскоязычного, и для англоязычного университетского дискурса использование этих лексем в презентационных текстах позволяет декларировать мысль о важности сохранения установленных позиций, продемонстрировать адресату преимущества его приобщения именно к этому *центру*.

Географическое пространство задается и другими лексическими единицами, в частности топонимами, входящими в состав наименований вузов или используемыми самостоятельно. Выявленные в презентационных текстах российских технических вузов географические наименования представлены в таблице 1.

**Таблица 1.**

Масштаб	Номинации, обозначающие объекты в пределах России	Номинации, обозначающие объекты за пределами России
Страна	Россия, РСФСР, РФ, СССР	Азербайджан, Австралия, Австрия, Армения, Бельгия, Великобритания, Венгрия, Германия, Грузия, Израиль, Индия, Испания, Казахстан, Канада, Кипр, Китай (КНР), Киргизия (Кыргызстан), Латинская Америка, Норвегия, Польша, Социалистическая Республика Вьетнам, США, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан, Франция, Чехия, Швейцария, Швеция, Южная Корея, Япония
Регион	Азиатско-Тихоокеанский регион России, Дальний Восток, Кузбасс, Мурманская область, Республика Марий Эл, Сибирь, Татарстан, Урал	Арабские государства, Европа, страны ближнего зарубежья
Город	Балаков, Барнаул, Железногорск, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Кемерово, Кировск, Красноярск, Кузнецк, Москва, Новокузнецк, Новосибирск, Омск, Порхов, Санкт-Петербург, Саратов, Северск, Смоленск, Сосновый Бор, Томск, Хабаровск, Чебоксары, Чита Череповец,	Берген, Вена, Карлсруэ, Ляонин, Никосия, Прага, Трандхейма, Хемниц

Любопытно, что данный лексический срез номинирует не столько сам центр, сколько периферию или другие центры, имеющие высокий аксиологический статус. В проанализированных текстах наименования, используемые для описания инфраструктуры университета (названия улиц, на которых расположены учебные корпуса, общежития и административные здания), практически не встречаются. Номинируются расположенные за пределами центра филиалы вузов (названия городов); описываются внешние, внутрисоссийские и международные, родствен-

ные и партнерские связи (города, регионы, страны). Вероятно, это продиктовано прагматической установкой на то, что чем шире и подробнее география контактов, тем выше престиж вуза.

Таким образом, анализ контекстов показал, что российские вузы стремятся вписать себя в международное научно-образовательное пространство, обозначить свое место на университетской карте мира:

*В настоящее время КНИТУ имеет договорные отношения с 56 университетами, международными образовательными структурами и фирмами из 23 стран мира, среди которых Ляонинский нефтяной и химический технологический университет (КНР), Хемницкий технический университет (Германия), Университет Карлсруэ (Германия), Бергенский университет (Норвегия). Наиболее широкие связи налажены с представителями Германии, Китая, США.*

В презентационных текстах зарубежных вузов такого единодушия нет.

Схожей с российской является карта, представленная в презентационных текстах Индийского института технологии: здесь детально представлена внутренняя география, а именно города и штаты, в которых находятся филиалы вуза. Возможно, такой подход к миромоделированию связан с многолетними дружескими и партнерскими отношениями этой страны с Россией (СССР), с тем, что люди, формирующие имидж сегодняшнего индийского университета, получили образование (а значит, и образцы взаимодействия с миром) здесь. Возможно также, что это совпадение дискурсивных стратегий связано с одинаковым желанием быть частью мировой научно-образовательной элиты.

В текстах американских вузов топонимы единичны. При этом Калифорнийский университет в Беркли, Стэндфордский университет и Калифорнийский технологический институт пунктирно обозначают значимые для себя города, штаты и т. д., находящиеся на территории США, а Массачусетский технологический институт вообще обходится без какого-либо упоминания географических наименований, кроме собственного. Таким образом, их картография ограничивается или только самим вузом, или родной страной.

Британские университеты (Кембридж и Имперский колледж Лондона) в принципе самодостаточны, они не склонны обозначать партнеров внутри страны. Но и вписывая себя в европейский контекст, они ссылаются лишь на ближайших (в географическом и историческом смысле) соседей – Италию и Францию.

Вузы Юго-Восточной Азии – Японии и Сингапура – также свободны от потребности ссылаться на кого-либо. В их текстах нет никаких географических ориентиров, кроме тех, что содержатся в наименовании учебного заведения (Университет **Токио**, Национальный университет **Сингапура**), а также единичных упоминаний названия страны (Япония – в первом случае) или региона (Азия – во втором). В то же время Пекинский университет счел важным указать на то, что у него есть такой партнер, как Массачусетский технологический университет, что в целом соответствует ориентации современного Китая на Запад.

Таким образом, использование в презентационных текстах географических наименований имеет национальную специфику, обусловлено прагматическими установками университета, его положением в мировом рейтинге. В отличие от российских зарубежных вузы, занимающие первые десять строчек рейтинга лучших технических университетов мира, не имеют потребности ссылаться на наличие большого количества связей с зарубежными партнерами.

Итак, в презентационных текстах вузов лексические единицы с пространственной семантикой репрезентируют широкий спектр пространственных отношений, в том числе координатные параметры. Идея центра и периферии структурирует научно-образовательное пространство как в интеллектуальном, так и в топографическом плане. При ближайшем рассмотрении мир предстает как однородный универсум, центром которого является университет, играющий ключевую роль во всех областях деятельности социума (собственно научной, образовательной, воспитательной, производственной и т. д.); при этом масштабирование варьируется от вуза / города / страны до мира в целом.

Сопоставительный анализ презентационных текстов российских и зарубежных вузов показал, что слова с семантикой пространства играют важную роль как в структурировании самого текста, так и в трансляции значимых для вуза представлений о себе и мире. Миромоделирующий потенциал проанализированных единиц свидетельствует о неодинаковом позиционировании себя: российские вузы стремятся быть вписанными в отечественный и мировой на-

учно-образовательный контекст, зарубежные вузы демонстрируют более независимую позицию. В целом и те, и другие создают положительный образ университета.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Максимов В.В., Найдён Е.В., Серебrenникова А.Н. Концептуальное ядро университетского дискурса // Известия ТПУ. – 2010. – № 6 (317). – С. 199–203.
2. Бабушкин А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – 86 с.
3. Ожегов С.И. Словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой. – 13-е изд., испр. – М.: Рус. яз., 1981. – 816 с.
4. Словарь русского языка: в 4 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; под ред. А.П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русский язык, 1981–1984. – Т. 4. С–Я. 1984. – 794 с.
5. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складчиковой. – СПб.: Российская академия наук, Институт лингвистических исследований; Изд-во «Фолио-Пресс», 2000. – 700 с.
6. Oxford Dictionaries. – URL: [www.oxforddictionaries.com](http://www.oxforddictionaries.com) (дата обращения: 20.09.2014).
7. Collins Dictionaries. – URL: [www.collinsdictionary.com](http://www.collinsdictionary.com) (дата обращения: 20.09.2014).
8. Merriam-Webster. – URL: [www.merriam-webster.com](http://www.merriam-webster.com) (дата обращения: 20.09.2014).

Поступила 25.10.2014.