



МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ЯЗЫКОВ

УДК 81'25
ББК 81.001.1

АТТРАКТИВНЫЙ ОБРАЗ ВУЗА КАК КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ

В.А. Митягина

В статье предпринят анализ социокоммуникативных и языковых характеристик текстов университетских сайтов, представляющих направление подготовки лингвистов-переводчиков в российских и германских вузах. Фокусное рассмотрение лингвопрагматических средств формирования аттрактивного образа вуза выступает в качестве основы осмысления и оптимизации технологии успешного позиционирования университета в глобальном коммуникативном пространстве.

Ключевые слова: лингвопрагматические формы, интертекстуальность, номинация социокоммуникативных процессов, информационный текст, коммуникативно-прагматическая цель, гипертекст, аттрактивный образ вуза.

Современные поиск информации и обмен ею стали заложниками развития информационно-коммуникационных технологий, поскольку получение новых данных, запрос информации предполагают «по умолчанию» необходимость и возможность использования сети Интернет во всей полноте ее потенциала. Применительно к информационным техникам в академической среде, к коммуникативному пространству высшей школы можно говорить о том, что вполне консервативная в плане традиций и преемственности социокультурного опыта научно-образовательная сфера стала ярким примером моментального, активного и успешного вклю-

чения в актуальные реалии «послеписьменной эпохи» (термин В.И. Карасика) [2, с. 285]. Регулярное присутствие в Интернете существенно изменило социокоммуникативные контексты, и выделяемые австрийским психологом К. Лайдльмайером [4] такие параметры интернет-коммуникации, как глобальность, актуальность, возможность быстрой и простой публикации, гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность, эксплицируются в адекватных им лингвопрагматических формах. Эти коммуникативные параметры аккумулируются на интернет-сайте университета в максимальном приближении к адресату, который, по верному наблюдению И.А. Гусейновой применительно к сайтам компаний, будучи профессиональным, профессионально-ориентированным, массовым, имеет доступ к информации, но обращается к ней в соответствии с базовыми потребностями [1, с. 282].

В данной статье предпринимается лингвопрагматический анализ информативных текстов, которые представляют на сайтах вузов России и Германии обучение переводу и переводоведению как направление профессиональной подготовки. Атриктивный образ вуза функционирует в данных текстах как прагматический фактор, характеризующийся высокой степенью привлечения внимания, его реализация рассчитана на достижение высокой степени эффективности текстов как единиц коммуникативного семиозиса. Тексты размещены на официальных сайтах вузов в виде гипертекста и/или печатных изданий, предлагаемых в контенте в формате *pdf*.

Функциональный потенциал анализируемых текстов, безусловно, рассчитан как на презентацию объективной информации, так и на выполнение задач PR-коммуникации, которая в силу своей социопрагматической направленности предполагает социальный диалог и работу со СМИ, потенциальными студентами и сотрудниками, партнерами, коллегами и включает последовательность коммуникативных событий, каждое из которых «трактует» как соединение логики дискурсивной практики с объективной логикой социального и экономического порядка» [3, с. 25].

Положительный образ вуза играет ключевую роль в достижении социопрагматической цели информационных текстов вуза о реализуемых образовательных программах. Специфика презентации программы подготовки переводчиков связана с тем, что данная профессия представляет собой результат сложного взаимодействия разных аспектов цивилизационного и культурного развития общества. С одной стороны, это комбинация высокого искусства и трудного ремесла, сформировавшаяся в течение тысячелетий, это профессия, которая вобрала в себя опыт многих поколений толмачей и герменевтов, богословов и поэтов, просветителей и дипломатов. Для большинства ее избравших она становится настоящим призванием, *Beruf* в его возвышенном, лютеровском понимании [5, S. 139].

С другой стороны, профессия переводчика, как никакая другая современная гуманитарная профессия, детерминирована реалиями эпохи глобализации, требованиями мирового и национального рынков. Именно эта

обусловленность выступает отправным пунктом дискурсивных практик презентации перевода как вузовской специальности, исторический контекст в качестве содержательного компонента дискурса активно используется авторами всех рассматриваемых текстов, и схема ее логико-семантического развертывания выглядит следующим образом:

Переводческий факультет был открыт в Московском государственном педагогическом институте иностранных языков в феврале 1942 года и за 70 лет подготовил более 6 тысяч профессиональных переводчиков, владеющих двумя и более иностранными языками (II).

В год 250-летнего юбилея в МГУ им. М.В. Ломоносова создан новый факультет – Высшая школа перевода (III).

Зарождение Нижегородского лингвистического университета связано с появлением в 1917 году в городе курсов иностранных языков, инициатором создания и первым руководителем которых был Макс Михайлович Ландау (IV).

Иркутский государственный лингвистический университет ведет историю с 1948 года (V).

Кафедра теории и практики перевода образована в 1995 г. в рамках программы «ТЕМПУС» при поддержке Комиссии Европейского Союза (I).

Der Fachbereich blickt auf eine über 60-jährige Geschichte zurück: Die Institutionsgründung erfolgte am 11. Januar 1947 durch eine Verfügung des Oberkommandos der französischen Besatzungszone. 1949 wurde die bis dahin selbstständige Institution als Auslands- und Dolmetscherinstitut (ADI) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz eingegliedert (VI).

В примерах выделена рема сообщения (тема реже выражает время действия в рассматриваемых контекстах), которая в большинстве случаев реализуется с помощью лексики, номинирующей значимый, важный в жизни общества период истории, указывающей на долгую историю вуза/кафедры. Исторический фон способствует созданию образа известного, пользующегося хорошей репутацией учебного заведения:

Das SDI München bietet zwei Studienmöglichkeiten für Fremdsprachenbegeisterte unter einem Dach: die Hochschule für Angewandte Sprachen und das Sprachen & Dolmetscher Institut München, das seit über 60 Jahren zu den renommiertesten Ausbildungsstätten für Übersetzer und Dolmetscher in Europa zählt (VII).

Прецизионная лексика выполняет, как видно из приведенных примеров, «рамочную» функцию, и для усиления фактора фактологичности в презентации переводческой образовательной программы отдельными фрагментами вводится информация об известных преподавателях и выпускниках. Персонализация служит раскрытию высокого значения профессии переводчика, его изначальной исследовательской, герменевтической сути:

Переводческий факультет гордится тем, что его первыми деканами были известные языковеды и переводчики: Гальперин Илья Романович, Знаменская Галина Николаевна, Браво Хосе Фердинандович, Валентей Дмитрий Игнатьевич, Кузнецов Валентин Михайлович (II).

Настоящими «отцами-основателями» переводческого факультета считают его выпускники Святослава Александровича Семко и Михаила Петровича Ивашкина, которые заложили основы того, что мы сейчас по праву считаем Нижегородской школой перевода (IV).

Однако ориентированность рассматриваемых текстов в первую очередь на потенциальных студентов довольно часто приводит к тому, что в большинстве текстов имеет место только заявление о высокой квалификации преподавательского состава, их опыте в области перевода, признании профессионального сообщества:

Fast alle Lehrkräfte verfügen über umfangreiche Berufserfahrungen als ÜbersetzerInnen bzw. KonferenzdolmetscherInnen. Viele der Dozierenden im Bereich des Dolmetschens sind Mitglieder des angesehenen internationalen Verbandes AIIC. Das fachliche Profil der Dozierenden des Bachelorstudiengangs sowie der beiden Masterstudiengänge (hierzu zählen auch die Lehrbeauftragten) entspricht somit dem hohen wissenschaftlichen Anspruch der Germersheimer Lehre (VI).

В приведенном примере отмечается соответствие специальных компетенций преподавателей высокой научной планке переводческой школы университета г. Майнца в Гермерсхайме, однако довольно объемная брошюра не содержит ни одной персоналии. Имена «классиков» перевода Х. Вермера, Х. Хёнига, П. Кусмауля и многих других переводоведов, прославивших факультет, ничего не значат для абитуриентов, но связаны с ним «по умолчанию» для посвященных. Следует от-

метить, что для текстов, представляющих направление подготовки переводчиков в германских вузах, не характерна апелляция к именам собственным: прагматика адресанта «работает» на то, чтобы не «задавить авторитетом» абитуриента, не испугать, а увлечь перспективой интересной учебы и востребованной профессиональной деятельности.

Одним из частотных языковых средств, используемых в решении прагматической задачи убеждения адресата в информационных и PR-текстах, является эпитет. Для создания привлекательного образа вуза они используются в разных контекстах, при этом часто имеет место превосходная степень признака: *опытнейшие преподаватели, renommierteste Ausbildungsstätte, weltweit größte Ausbildungsstätte, modernste Konferenztechnik.*

Данный типичный прием выражения положительной характеристики дополняется также вполне стандартным употреблением достаточно ограниченного количества эпитетов, образующих в комбинации с существительными словосочетания-клише: *фундаментальные знания, высококвалифицированные специалисты, настоящие профессионалы своего дела, ведущие ученые, effektives Studium, umfangsreiche, langjährige Berufserfahrung.*

Очевидный параллелизм языковых средств, используемых в сравниваемых текстах, безусловно, связан с общностью социокоммуникативных задач, решаемых учебным заведением/кафедрой, а также объединяющей вузы университетской традицией. Даже специфика, «особость» образовательной структуры находят аналогичные формы вербальной экспликации:

Факультет является своеобразным микроскопом университета: на нем преподаются все языки, изучаемые в НГЛУ, – английский, немецкий, французский, испанский, итальянский (IV).

Переводческий факультет с самого начала был во многом уникальным. Уникальность его заключается в том, что он почти сразу же стал Школой (IV).

Der Fachbereich ist eine dynamische Ausbildungsstätte, die ihre traditionsreichen Fächer mit innovativem Denken und praxisbezogenem eigenständigem Arbeiten vereint (VI).

Schwerpunkt des ITMK ist die Vermittlung von Kenntnissen im Bereich der mehrsprachigen Kommunikation und der Translation (Übersetzen und

Dolmetschen). Weitere Schwerpunkte liegen – abhängig vom gewählten Studiengang – in den Bereichen Kultur und Medien oder Wirtschaft (VIII).

В данных фрагментах подчеркивается уникальность, оригинальность и эксклюзивность вуза/факультета/кафедры, которые презентуются уже клишированными номинациями *динамичный/инновационный/богатый традициями*. Это «общее место» в рассматриваемых текстах коррелирует с противоречием, связанным с преодолением некоторых «издержек» Болонского процесса. Формирование единого образовательного пространства как задача образовательной глобализации во многом свело на «нет» традиционные академические свободы (*Lehr- und Lernfreiheit*/свобода обучения и учения), потому что рамочные условия бакалавриата и магистратуры предполагают строгое соблюдение последовательности учебных курсов, их комбинаций и продолжительности, кроме того, вузы вынуждены доказывать свое превосходство в ряду других учебных заведений, реализующих программу подготовки переводчиков с абсолютно новых позиций – комфортного и доброжелательного учебного процесса.

Необходимость обозначить преимущества обучения приводит к появлению в гипертексте вузовского сайта появляются номинаций социокоммуникативных процессов, обеспечивающих эту академическую новизну. Одним из них является изменение коммуникативного регистра в педагогическом процессе германских университетов – индивидуальный подход, «семейная атмосфера»: *persönliche Atmosphäre, intensive Betreuung in einer familiären Atmosphäre*. В этом контексте небольшие академические группы частного института с его объективно существующим личностным сопровождением студентов становятся важным преимуществом:

Mit ihren kleinen Lern- und Arbeitsgruppen sowie ihrer persönlich-individuellen Betreuung zieht die Privathochschule immer mehr interkulturell interessierte Studierende an, die Fremdsprachen mit betriebswirtschaftlichem oder technischem Know-how verbinden möchten (VII).

В русскоязычных контентных достаточны апеллятивные тексты, в которых выбор языковых средств детерминирован прагматикой адресата – абитуриента подросткового возраста, и очевидна их конгруэнт-

ность в достижении коммуникативно-прагматической цели:

Мы будем рады видеть вас среди наших абитуриентов. Сдавайте экзамены, выбирайте факультет. Языков на свете столько, что каждый найдет себе по душе. И будьте нашими горячо любимыми студентами-лингвистами, пока вдруг не срежете на сессии. Но если уж получите у нас диплом (государственного образца), то станете ценнейшими специалистами-лингвистами. Такие люди сейчас нарасхват, а лет через десять вообще страшно представить, что будет. Ведь сами знаете: мир меняется к многополярной структуре (II).

Обратим внимание на использованную в приведенном фрагменте комбинацию разговорных, официально-деловых лексических единиц и развернутых клише политического дискурса. Именно такой, «клиповый», характер отличает речь и мышление современных подростков, поэтому такой текст является весьма эффективным инструментом коммуникации с ними. Некоторые тексты имеют ярко выраженную просветительскую направленность, и презентация специальности переводчика уступает место агитации в пользу знания иностранных языков как основы любой успешной карьеры, эта генерализация подчинена также решению прагматической задачи рассеять сомнения абитуриента:

Лингвист знает, как мы используем язык, чтобы воздействовать друг на друга (здесь берут начало секреты манипулирования, НЛП и методы защиты от манипуляции со стороны окружающих), как изучение языка влияет на развитие способностей человека и многое другое. Работа лингвиста-профессионала всегда связана с личным ростом, знакомством с интересными людьми в любой стране мира, обменом опытом. Это позволяет лингвистам построить карьеру в любой сфере: сфере информационных технологий, средств массовых коммуникаций, связей с общественностью, рекламы, туристической сфере и, конечно, в сфере образования и науки (V).

В приведенном фрагменте лексема *лингвист* выступает фактически в функции заклитики: анафоричный характер ее присутствия в трех предложениях подряд, как и популистский прием агитации с помощью обещания сакрального знания (*секреты манипулирования, НЛП, методы защиты от манипуляции*), свидетельствует о стремлении

адресантов к максимальному прагматическому эффекту – привлечь абитуриентов, убедить их в ценности университетского образования. Такая установка достаточно частотна в рассматриваемых текстах:

Лингвистическое образование помогает найти себя в самых разных областях! (I).

Наряду с реализацией лингвопрагматического потенциала текстов, ориентированного на создание образа вуза, максимально соответствующего мечте обучиться переводу, авторы стремятся донести до адресатов возвышенную идею о выполняемой вузом/факультетом миссии. Данное стремление эксплицируется с помощью средств высокого стиля:

Der Fachbereich versteht sich als eine engagierte Lern-, Lehr- und Forschungsgemeinschaft, als ein Ort der interkulturellen Bildung und der wissenschaftlichen Reflexion in einer weltoffenen Atmosphäre. Er bekennt sich zu den Zielen, Aufgaben und Werten, die im Leitbild der Johannes Gutenberg-Universität Mainz formuliert sind. In seiner Sprachen- und Kulturenvielfalt sieht er sein zentrales Merkmal (VI).

Neben der Lehre spielt auch anwendungsbezogene und grundlagenorientierte Forschung am ITMK eine wichtige Rolle. Mitglieder der ITMK sind in regionale, nationale und europäische Forschungsprojekte involviert und publizieren in nationalen und internationalen wissenschaftlichen Medien. Das Engagement der Lehrenden in wissenschaftlichen Vereinigungen, Berufsverbänden und Normungsgremien gehört zum Selbstverständnis des ITMK (VIII).

Данная часть комплексной презентации вуза является важной лингвопрагматической составляющей анализируемых гипертекстов, которая весьма отличается в сравниваемых языках. Немецкая университетская традиция – это сложившаяся на протяжении столетий идея университета как центра культуры и образования, и в приведенных примерах в первую очередь изменение тема-рематической структуры усиливает значимые для авторитета учебного заведения характеристики. Самодостаточность германского университета и позволяет его кафедрам/факультетам, и обязывает их позиционировать себя в качестве «несущих конструкций» университета как храма науки: *ein Ort der interkulturellen Bildung und der wissenschaftlichen Reflexion in einer weltoffenen Atmosphäre; Mitglieder der ITMK*

sind in regionale, nationale und europäische Forschungsprojekte involviert und publizieren in nationalen und internationalen wissenschaftlichen Medien. В аналогичных имиджевых фрагментах русскоязычных гипертекстов, к сожалению, на первый план выходит характеристика утилитарных возможностей образовательной структуры, отражающих соответствие содержания обучения требованиям рынка и подчиняющих себе научно-исследовательский поиск:

Наша миссия заключается в подготовке кадров высшего профессионального образования для Сибирского и Дальневосточного регионов России в области образования, межкультурных коммуникаций и проведении фундаментальных и прикладных научно-исследовательских работ, направленных на обеспечение межкультурного и межъязыкового диалога граждан России и стран Востока и Запада в условиях глобализирующегося мира (V).

Основная цель Высшей школы перевода МГУ – подготовить переводчиков-профессионалов, владеющих в полном объеме современными переводческими технологиями, специалистов-исследователей в области теории, истории и методологии перевода как для работы внутри страны, так и за ее пределами, в политической, экономической, правовой, культурной и образовательной сферах, в частности, в ведущих международных организациях, неправительственных межгосударственных структурах, национальных и транснациональных корпорациях и компаниях (III).

Как видно из примеров, подготовка кадров, профессионалов в качестве одного из наследий советского понимания миссии вузовской науки успешно перенесена в новый социально-экономический контекст, и можно с уверенностью утверждать, что в данном случае коммуникативно-прагматический анализ текстов, представляющих вузовскую специальность, выступает в роли «фокусного» отправного пункта в гуманитарном осмыслении роли университета в современном мире.

Популяризация вузовской специальности в рассматриваемых текстах реализуется, безусловно, и с помощью проекции на будущее, аргументации посредством информирования об успешном трудоустройстве, карьерных успехах выпускников. Экспликация этой ценности дискурса осуществляется эквивалентными в сравниваемых языках средствами:

Выпускники переводческого факультета работают в **различных** структурах (II).

Питомцы факультета трудятся в **различных** сферах российской экономики (IV).

Dank des breitgefächerten, interdisziplinären Studiums sind die Einsatzmöglichkeiten für Übersetzer und Dolmetscher äußerst vielfältig (VII).

Не менее равноценными являются однородные ряды перечислений, указывающие на высокие ведомства, в которых служат выпускники-переводчики: *Администрация Президента РФ, Государственная дума РФ, МИД РФ, Bundessprachenamt, Organe der EU*. Применительно к обозначению интернациональных компаний, организаций отметим абсолютное господство обобщенных немецкоязычных номинаций (*mehrsprache Unternehmenskommunikation, international ausgerichtetes Unternehmen, internationalen Institutionen und Behörden*) и подчеркнутую конкретику русскоязычных, призванных выполнять задачу реальных аргументов (*ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Борский стекольный завод, Камский автомобильный завод*). Зачастую даже географическое уточнение используется в качестве усилителя, обеспечивающего убедительность презентуемых профессиональных перспектив:

Сегодня выпускников переводческого факультета можно встретить в международных организациях и российских посольствах в Нью-Йорке, Женеве, Бангкоке, в том числе в Секретариате ООН, в Париже и Вене, в столицах многих других государств (IV).

Отличительной особенностью анализируемых немецкоязычных текстов является обязательное наличие в их структуре блока, в котором акцент делается на ценности переводческой профессии как самостоятельного и самодостаточного занятия, гарантирующего максимум свободы на рынке труда:

Übersetzung von Texten in Bereichen wie Wirtschaft, Technik, Recht oder Medizin, Untertitelung fremdsprachiger Filme oder Werbespots, Lokalisierung von Software und Webseiten, Dolmetschen fachlich anspruchsvoller Gespräche oder Verhandlungen sowie die verantwortliche Leitung internationaler Übersetzungsprojekte sind nur einige Beispiele aus einer Vielzahl von Tätigkeiten, die von Übersetzern und Dolmetschern professionell ausgeführt werden

können. Das Studium orientiert sich an den Anforderungen des Marktes (VII).

Использование противопоставления «некоторые :: множество» усиливает позиции учебного заведения, подчеркивая его возможности в реализации «широкоформатной» подготовки специалистов, ориентированной на потребности рынка. В данном случае стоит отметить комбинацию лингвокультурной, обусловленной немецким менталитетом, экспликации стремления к конкретным смыслам и формам и общей цивилизационной установки на целерациональное обоснование принимаемых решений.

В русскоязычных текстах, наряду с аналогичными вариантами усиления степени привлекательности вуза/факультета [*Подготовка переводчиков в ВолГУ – это выпуск специалистов, отвечающих требованиям современного рынка труда* (I)], имеет место презентация лингвиста-переводчика как универсального специалиста гуманитарной сферы, и разнообразные варианты самореализации (также в рамках оппозиции «некоторые :: множество») служат весомыми аргументами в пользу перспективности профессии:

Среди выпускников факультета – один из известных кинорежиссеров «новой волны» Алексей Балабанов и лирический тенор с мировой известностью Сергей Ларин (IV).

На переводческом факультете учился известный писатель-фантаст И.В. Можейко, известный под псевдонимом Кир Булычев (II).

Бывшие студенты факультета сегодня активно работают на различных каналах отечественного телевидения в качестве корреспондентов, обозревателей, ведущих. Среди них: Кожухов Михаил (ТВ-6), Иезуитов Сергей (РТР), Кондратьев Владимир (НТВ), Гусев Виктор (программа «Спорт», Первый канал) Агошков Евгений (Первый канал), Кораблева Валерия (Первый канал), Щугарев Дмитрий (Первый канал), Чаурели Рамаз (НТВ), Капшук Артем (ведущий аналитической программы «Панорама» Российского спутникового телеканала «Русия аль-яум» на арабском языке, Собиев Дмитрий (РТР, сборкор «Вести») (II).

Представляется необходимым отметить адекватность такого приема повышения степени аттрактивности учебного заведения: однородные ряды перечислений имен и фамилий реальных людей «из телевизора», как никакой другой прием, усиливают коммуника-

тивно-прагматический эффект текста, адресованного юной аудитории.

Таким образом, анализ языковых и дискурсивных средств формирования аттрактивного образа вуза позволяет установить общие и частные принципы решения коммуникативно-прагматических задач гипертекстов университетских сайтов. Знание этих принципов, как и владение эффективной технологией формирования мнения через информирование, отличается растущей значимостью в период активного позиционирования отечественных и зарубежных вузов в глобальном пространстве интернет-коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гусейнова, И. А. Жанровая организация маркетингового дискурса / И. А. Гусейнова. – М. : Рема, 2009. – 364 с.
2. Карасик, В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2007. – 520 с.
3. Русакова, О. Ф. Современные теории дискурса: опыт классификаций / О. Ф. Русакова // Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ. – Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2006. – 177 с. – (Сер. «Дискурсология»; вып. 1).
4. Leidlmaier, K. Sprache und Kommunikation im Internet / K. Leidlmaier. – Electronic text data. – Mode of access: http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmaier/seminararbeit_sprache_und_kommunikation_im_internet.pdf. – Title from screen.
5. Suda, M. J. Die Ethik Martin Luthers / M. J. Suda. – Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 2006. – 227 S.

ИСТОЧНИКИ

I – Волгоградский государственный университет : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://new.volsu.ru/Student/institutes/ffmk/translate/translation.php>. – Загл. с экрана.

II – Московский государственный лингвистический университета : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.linguanet.ru/departments/translators/index.php>. – Загл. с экрана.

III – Высшая школа перевода (факультет) Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.msu.ru/info/struct/dep/perevod.html>. – Загл. с экрана.

IV – Нижегородский государственный лингвистический университет : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.lunn.ru/>. – Загл. с экрана.

V – Иркутский государственный лингвистический университет : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.islu.ru/ru/universitet>. – Загл. с экрана.

VI – Институт переводоведения, языкознания и культурологи Университета им. Йоханнеса Гутенберга г. Майнца : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.fb06.uni-mainz.de/>. – Загл. с экрана.

VII – Высшая школа прикладных языков и Институт иностранных языков и перевода г. Мюнхена : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.sdi-muenchen.de/hochschule/>. – Загл. с экрана.

VIII – Высшая специальная школа г. Кельна : [официальный сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.fh-koeln.de/>. – Загл. с экрана.

AN ATTRACTIVE UNIVERSITY IMAGE AS A COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC GOAL

V.A. Mityagina

The article focuses on analyzing social and communicative and linguistic characteristics of universities website texts presenting the information on linguists and translators training in Russian and German universities. The focal study of linguistic and pragmatic means of forming an attractive university image forms the basis for understanding and optimization of successful university positioning in global communicative space.

Key words: *lingua-pragmatic forms, intertextuality, social and communicative process nomination, informative text, communicative and pragmatic goal, hypertext, university attractive image.*