Т. В. Чернышова

Алтайский государственный университет

Сайт опорного университета как субъект стратегических коммуникаций: лингвопрагматический аспекt

Стратегические коммуникации определяются исследователями как целесообразный обмен информацией между социальными субъектами.

В условиях современной российской действительности, когда высшие учебные заведения вынуждены отстаивать свое право на ведение образовательной деятельности в условиях жесткой конкуренции, осуществление «целесообразного обмена информацией между социальными субъектами» (Д.П. Гавра) (университетами, потенциальными абитуриентами, местной властью, министерством образования и т. под.) становится первоочередной задачей, способной обеспечить долговременные преимущества вуза в конкурентной борьбе. В решении этой задачи немаловажная роль отводится сайту высшего учебного заведения –структурированной информационной единице «всемирной паутины», содержащей совокупность страниц, объединенных одной общей темой, дизайном, имеющих взаимосвязанную систему ссылок, расположенных в сети Интернет (<http://moolkin.ru>).

Базовым термином понятия «стратегическая коммуникация» является термин коммуникация, в качестве характеристик которой называют «субъектность, опосредованность (знаками, знаковыми системами, языком), эффективность… как способность изменять подсознание, сознание/поведение своих субъектов. Базовыми элементами коммуникационного процесса можно считать источник, сообщение, шумы (механические и семантические), канал, получателя, эффект» (Д.П. Гавра).

Целью исследования является описание языковых средств, приемов и способов (стратегий) обмена социально значимой информацией между университетом и потенциальными абитуриентами, а также иными социально важными коммуникантами.

Материалом исследования послужил сайт опорного университета – в данном случае – Алтайского государственного университета (АлтГУ) ‒ в 1973 году сразу образованного как классический университет (опорным вузом стал в 2017 году).