

МИССИЯ КАК СРЕДСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА «ИДЕАЛЬНОГО» УНИВЕРСИТЕТА (НА ПРИМЕРЕ МИССИЙ КАЗАХСТАНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ)

О. В. Свиркович

*Челябинский государственный университет, Костанайский филиал,
Костанай, Казахстан*

Статья посвящена исследованию способности миссии университета выступать в качестве одного из средств формирования образа «идеального» университета в языковом сознании населения. Рассматривается процесс реализации прагматических установок университетов Республики Казахстан в аспекте базовых концептов, выявленных на основе анализа текстов их миссий

Ключевые слова: миссия, университет, «идеальный» университет, концепт.

Введение

Университет, функционирующий на территории современного Казахстана — это учебное заведение, которое, под влиянием мировых процессов глобализации стремится стать частью международного образовательного пространства. Официально данная позиция была обозначена в 2010 г., когда Казахстан, так же как и Российская Федерация, перешел на систему трехступенчатого образования и подписал Болонскую декларацию. С этого момента общей целью образовательных реформ в Казахстане стала адаптация системы образования к новой социально-экономической среде.

Совершенствование системы образования явилось одним из инструментов, способствующих решению задачи, поставленной Н. А. Назарбаевым: вхождение республики в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира [5]. В настоящее время закономерным результатом этого процесса стала активная деятельность государства по оптимизации высших учебных заведений. Согласно данным Комитета по статистике, количество вузов в Республике Казахстан с 2003 г. сократилось со 180 до 125 [12]. Очевидно, что в сложившейся ситуации высшим учебным заведениям Казахстана необходимо активно включаться в конкурентную борьбу и вести работу по формированию благоприятного имиджа, особую роль в процессе создания которого сегодня играет миссия.

Миссия как выражение предназначения университета и средство формирования образа «идеального» университета

В интересующем нас значении слово «миссия» характеризуется как задание, поручение [13. С. 427], предназначение к чему-либо важному, ответственная роль кого-либо, чего-либо [3. С. 546].

В современном русском языке наиболее близкими к слову «миссия» по значению являются слова «назначение», «цель», «предназначение». Однако отождествление данных понятий не представляется возможным. Слово «цель» имеет значение — «то, к чему стремятся, чего хотят достичь; главная задача, основной замысел» [Там же. С. 1460], «назначение» толкуется как «основная функция чего-либо, предназначенность для чего-либо» [Там же. С. 581] или «цель, задача, миссия (книжн.)» [14. С. 328], а «предназначение» — как «определенное назначение, смысл существования кого-либо, чего-либо» (высок.) [3. С. 959]. Как видим, толкования рассматриваемых понятий достаточно близки в семантическом отношении. Однако если термины «миссия» и «цель» являются установленными номинациями конкретных понятий в сфере управления организацией, хотя и различаются на основании временного критерия (цели предполагают сроки, миссии — нет), особенностей формулировки (цели имеют конкретное выражение результатов деятельности, миссии — нет),

способности быть измеримыми (цели способны быть измеримыми, миссии — нет) [4. С. 27], то слова «назначение» и «предназначение» не обладают подобной четкой терминологической закрепленностью, зато имеют яркую стилистическую окрашенность.

Первоначально употребление слова «миссия» было связано, как правило, с бизнесом: коммерческие организации, не афишируя стратегических целей, открыто формулировали смысл своей деятельности перед общественностью. В результате сформировалось определение миссии организации как некоего сообщения об основной цели, базовой функции социотехнической системы, дающего представление о том, что она производит, зачем она нужна обществу, государству, людям [8. С. 109]. По сути, декларирование миссии стало способом, позволяющим доносить до социума информацию о смысле существования организации, не открывая при этом ее стратегических целей, связанных с прибылью, а также способом, позволяющим вдохновлять ее сотрудников. Именно поэтому в сфере управления организациями принято достаточно четко разделять понятия «миссия» и «цель», вкладывая, как было сказано выше, в первое философский, «высший» смысл, а второе рассматривать более прагматично.

Миссия объясняет сущность и предназначение образовательного учреждения, определяет цели и средства их достижения, ориентирует поведение сотрудников и объединяет их в единое целое, устанавливает определенный психологический климат, формирует корпоративный дух, доводит основные ценности, определяет имидж и бренд университета и, соответственно, отношение общества к нему [9. С. 38].

Миссия университета, помимо высшей цели — объяснения сущности и предназначения образовательного учреждения, — способна благоприятным образом влиять на его корпоративную культуру и, безусловно, выступать в качестве средства целенаправленного формирования образа университета в сознании носителей языка. Именно поэтому в данной работе преследуется цель, связанная с выявлением прагматических установок и эксплицирующих их языковых концептов, с помощью которых тексты миссий формируют образ «идеального» университета в сознании населения Республики Казахстан.

Прагматические установки университетов Казахстана и эксплицирующие их языковые концепты

Для реализации поставленной цели семантическому анализу были подвергнуты тексты миссий 80 высших учебных заведений Республики Казахстан, имеющих статус университета. Пятьдесят процентов материалов составили тексты «столичных» университетов, к категории которых мы отнесли учебные заведения, расположенные в Нур-Султане (Астане), Алматы, а также на территории Алматинской области. Оставшиеся 50 % текстов миссий принадлежали провинциальным университетам, расположенным в областных центрах и городах областного подчинения Казахстана (Костанай, Семей, Караганда, Усть-Каменогорск, Талдыкорган, Актобе, Кызылорда, Актау и др.).

Как отмечено выше, на сегодняшний день с помощью миссии университеты стремятся целенаправленно влиять на формирование положительного образа, выставляя в выгодном свете наиболее существенные характеристики своей деятельности. Именно поэтому о миссии своего учреждения сейчас принято заявлять открыто: посредством размещения ее на официальном сайте.

В качестве основной прагматической установки казахстанских университетов, на наш взгляд, следует признать стремление позиционировать себя как организацию, способную готовить компетентных, конкурентоспособных, востребованных специалистов, предоставляя качественные образовательные услуги, играющую значительную роль в развитии региона или страны, а также нацеленную на развитие науки. Реализация перечисленных интенций осуществляется посредством создания текстов, ориентированных в первую очередь на потенциальных потребителей услуг высшего образования — абитуриентов и их родителей. К числу источников таких текстов можно отнести рекламные материалы и PR-материалы, которые в силу жанровой специфики призваны осуществлять конкретную установку — способствовать продвижению на рынке товаров и услуг. Миссию, занимающую особое место в коммуникативном пространстве современного университета, как правило, в лингвистике принято рассматривать в рамках делового [15], виртуального корпоративного [1] или научно-

образовательного [11] дискурса. Однако, на наш взгляд, в процессе описания миссии как коммуникативного явления целесообразно учитывать и ее очевидные связи с рекламным дискурсом и PR-дискурсом. Объясняется данное утверждение общедоступностью, языковым и функциональным сходством таких текстов с рекламными и PR-текстами, а также их ориентацией зачастую на одного и того же адресата — будущего студента. В связи с этим интерес вызывает исследование языковых концептов, позволяющих казахстанским университетам через миссии демонстрировать свои прагматические установки.

Назначением любой образовательной организации, безусловно, является предоставление образовательных услуг. В условиях конкуренции современные вузы стремятся обращать внимание общественности, что именно в их заведении можно получить такое образование, которое позволит не просто стать обладателем диплома, но и приблизиться к одному из идеалов современного общества — идеалу успешного и востребованного специалиста. Языковая реализация этих установок осуществляется посредством соответствующих концептов: *образование* (44), *знания* (21), *инновация* (48), *международный* (24), *качество* (26), *специалист* (38), *конкурентоспособный* (37), *кадры* (22), *профессиональный* (15).

Концепты *образование*, *знания* способствуют университетам позиционировать культ знаний, а с помощью концептов *инновация*, *качество*, *профессиональный* с положительной стороны характеризуются оказываемые ими образовательные услуги. В текстах миссий концепты *образование* и *знание* чаще всего встречаются в сочетаниях с прилагательными, имеющими яркое оценочное значение (*доступное, высококачественное, непрерывное, немецкое, целостное, инновационное, современное, классическое, мировое, отечественное, достойное образование; передовые, новые, научные, фундаментальные, профессиональные знания*). Реже можно встретить рассматриваемые концепты в окружении единиц с констатирующим значением (*многопрофильное, высшее, послевузовское образование; полученные, технические, технологические знания*). Наибольший интерес представляют единицы первой группы, так как именно с их помощью реализуется воздействующая функция текстов речевого жанра миссия и с наиболее привлекательной стороны характеризуется деятельность университета. Построенные на основе ключевой

единицы концепта *образование* прилагательные в контекстах миссий казахстанских университетов, как правило, способствуют реализации информативной функции (*образовательный центр, комплекс; образовательная среда, деятельность, инфраструктура, политика; образовательное пространство; образовательные технологии и программы, услуги*). И только некоторые из них (*образованные специалисты, высокообразованные граждане*), обладая оценочностью, употребляются с целью воздействия. Прагматический потенциал сочетаний с концептом *образование* в начальной его форме без зависимого прилагательного реализуется, как правило, за счет оценочного значения слов, образующих его контекст (*лучшие практики образования; развитие образования; воспитание, образование и наука во благо общества; современная система образования; стандарты образования; мировая практика образования; внедрение инноваций в образование; образование через инновации и международное сотрудничество*).

Следует отметить, что, несмотря на тенденцию к позиционированию компетентностного подхода в современной системе высшего образования, концепт *компетенция* нельзя назвать ключевым в текстах миссий казахстанских университетов, так как использовался он лишь в четырех случаях. Еще в четырех текстах употреблялся его дериват *компетентный*.

Обращает на себя внимание тот факт, что наиболее распространенным по количеству воспроизведений (выявлено 48 случаев) в отобранных текстах миссий университетов Казахстана стал концепт *инновация*. Реализация данного концепта в рамках исследуемого материала осуществлялась на основе лексического значения «нововведение, новшество» [3. С. 393]: *инновационное развитие общества, инновационные технологии, инновационно-ориентированный университет, инновационное пространство, центр инноваций, инновационное образование, инновационные преобразования, инновационное развитие, инновационно мыслящие специалисты* и пр. Следует отметить, что близкие в семантическом отношении концепту *инновация* концепты *новый* и *современный* в исследуемом материале встретились значительно реже: всего 10 и 16 раз соответственно: *новые знания, поколения, формации; современные требования, стандарты, критерии, технологии, компетенции; современный университет; современное образование; современная система образования*.

Значимость в текстах миссий концепта *международный* объясняется стремлением казахстанских университетов стать частью международного образовательного пространства: *международные критерии, стандарты, требования; границы знаний, связи, профессионалы; международный рынок труда, уровень; международное сотрудничество, взаимодействие.*

Концепт *качество*, являясь одним из ведущих в текстах современного рекламного дискурса, обладает широкой сферой использования и в рамках текстов миссий университетов. Е. П. Башминова, перечисляя основные компоненты, составляющие имидж высшего учебного заведения, первым называет качество образования, под которым подразумевает соотношение цели и результата, меру достижения целей [2. С. 540]. Высокая степень достижения поставленных целей конкретных университетов транслируется в текстах миссий, в которых концепт *качество* встречается в словосочетаниях в роли управляемого слова (*улучшение качества жизни, международные стандарты качества, обеспечение качества непрерывного образования, повышение качества человеческого капитала, реализация современных стандартов качества, улучшение качества образовательных услуг*), а также в словосочетаниях с использованием деривата *качественный* (*качественная подготовка специалистов, обеспечение качественного образования, оказание качественных услуг, обеспечение качественной подготовки, качественного роста человеческого капитала, доступного образования для качественной жизни*).

Семантическое наполнение концепта *профессиональный* в текстах миссий казахстанских университетов реализуется посредством двух значений лексемы «профессиональный»: 1 — относящийся к профессии (*профессиональная деятельность, профессионально-практическая деятельность, профессиональная среда региона, профессиональный рост, профессиональные знания, личностно-профессиональные компетенции*), 2 — относящийся к профессионализму (профессиональному мастерству) (*профессиональный вклад, профессиональные выпускники*), а также с помощью значения лексемы «профессионал» («хороший специалист») (*международные профессионалы, профессионалы мирового уровня, подготовка профессионалов*) [3. С. 1035].

Для обозначения своих выпускников казахстанские университеты в миссиях предпочитают

использовать концепты *специалист* (38) и *кадры* (24). Семантическое наполнение данных концептов (*специалист* — человек, профессионально владеющий какой-либо специальностью [Там же. С. 1247]), *кадры* — основной подготовленный состав работников какого-либо предприятия, учреждения, партийной или профессиональной организации [Там же. С. 408]) дают основания предполагать, что функциональная основа данного факта связана со стремлением указать на готовность выпускников данного университета вести профессиональную деятельность. Контекст, сопровождающий данные концепты, зачастую представлен прилагательными с ярким оценочным значением: *интеллигентные, высокоинтеллигентные, обладающие современными компетенциями, высококвалифицированные, полиязычные, конкурентоспособные специалисты; высококвалифицированные, квалифицированные, полиязычные, конкурентоспособные, социально ответственные, востребованные, научные кадры.* Наиболее значимым концептом, посредством которых в миссиях казахстанских университетов дается высокая оценка выпускников, является концепт *конкурентоспособный*.

Университет в педагогике высшей школы принято рассматривать как «учебное заведение, которое... осуществляет научную и педагогическую деятельность... и является ведущим научным и методическим центром в своей области деятельности» [10. С. 19]. Анализ отобранного материала позволил подтвердить этот факт: большинство современных казахстанских университетов действительно позиционируют себя как образовательные организации, нацеленные на развитие науки. Данная прагматическая установка репрезентуется с помощью языковых концептов *наука* (41) и *исследование* (10): *наука во благо общества; в перспективных областях науки, социальных наук, развитие лучших практик науки, путем интеграции образования и науки, реализации полученных знаний в науке, в системе высшего образования и науки; ведение передовых исследований, проведение исследований, продвижение инновационных технологий и исследований, научные исследования.*

Мысль о единстве преподавания и исследования среди основополагающих принципов деятельности университета одним из первых была высказана в 1809 г. В. фон Гумбольдтом, который отметил, что назначение университета — это «занятие наукой в самом глубоком и широком смысле этого

слова и разработка учебного материала, не специально подобранного, но по самой своей природе пригодного для духовного и нравственного образования» [6]. Данный факт подтверждается и современным пониманием смысла существования университета: «Университет по самой своей природе может быть только академическим, то есть прежде всего научным учебным заведением, но ни в коем случае не может быть просто учебным заведением для получения той или иной специальности» [7. С. 17].

Наконец, еще одной существенной, на наш взгляд, прагматической установкой, характеризующей деятельность современных казахстанских университетов, выявленной на основе анализа текстов миссий, является стремление позиционировать себя как организацию, играющую значительную роль в развитии региона или страны. Данная установка в исследуемом материале реализовалась посредством концептов *развитие* (39), *регион* (23), *страна* (21), *государство* (11): *развитие региона, страны, государства, Республики Казахстан, Казахстана,*

Центральной Азии; развитие человеческого капитала, общества, образования, культуры, экономики.

Заключение

Таким образом, миссия как текст, объясняющий сущность и предназначение образовательной организации, способна выступать средством репрезентации образа «идеального» университета. Основные прагматические установки, формирующие образ «идеального» университета в сознании казахстанцев: стремление университетов Республики Казахстан позиционировать себя как учебные заведения, предоставляющие качественные образовательные услуги, выпускающие востребованных специалистов, нацеленные на развитие науки и играющие значительную роль в развитии региона, государства, — реализуются с помощью концептов *образование, знание, инновация, международный, качество, специалист, конкурентоспособный, кадры, профессиональный, наука, исследование, развитие, регион, страна, государство.*

Список литературы

1. Абдулкадыров М. М. Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре «миссия организации» (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 8 (86), ч. 1. С. 65—68.
2. Башминова Е. П. Оценка имиджа Пермского национального исследовательского политехнического университета // Master's Journal. 2016. № 2. С. 536—547.
3. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
4. Горемыкин В. А., Богомолов А. Ю. Бизнес-план: методика разработки. М.: Ось-89, 2002. 864 с.
5. Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011—2020 годы. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1000001118> (дата обращения 10.03.2020).
6. Гумбольдт В. О внутренней и внешней организации научных учреждений в Берлине. URL: <http://ecsocman.hse.ru/univman/msg/144983.html> (дата обращения 15.03.2020).
7. Жуков В. Н. О вечных и временных ценностях университетского образования // Вестник высшей школы. Сер.: Философия и социология. 2015. № 7. С. 15—19.
8. Иванов М. А., Шустерман Д. М. Организация как ваш инструмент. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 392 с.
9. Мешков А. Ю. Проблема определения миссии университета как организации // Вестник ЮУрГУ. 2012. № 41. С. 36—41.
10. Мынбаева А. К. Основы педагогики высшей школы: учеб. пособие. Алматы, 2008. 144 с.
11. Найден Е. В. Жанр «миссия» в контексте научно-образовательного дискурса современного университета: сопоставительный аспект (на материале русского и английского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 9 (27), ч. 1. С. 134—137.
12. Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. URL: <http://stat.gov.kz/> (дата обращения 20.03.2020).

13. Словарь иностранных слов современного русского языка / сост. Т. В. Егорова. М.: Аделант, 2014. 800 с.
14. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка. М.: Аделант, 2013. 800 с.
15. Ширяева Т. А., Денисламова Д. М. Миссия организации как объект лингвистического изучения (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 7 (37), ч. 2. С. 211—214.

Сведения об авторе

Свиркович Олеся Владимировна — старший преподаватель кафедры филологии Челябинского государственного университета, Костанайский филиал, Костанай, Казахстан. lesyash_86@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. No. 7 (441). *Philology Sciences. Iss. 121. Pp. 138—144.*

MISSION AS A MEANS OF REPRESENTATION OF THE IMAGE OF IDEAL UNIVERSITY (BY THE EXAMPLE OF MISSIONS OF KAZAKHSTAN UNIVERSITIES)

O. V. Svirkovich

Chelyabinsk State University, Kostanay branch, Kostanay, Kazakhstan.
lesyash_86@mail.ru

The article is devoted to the study of the ability of the university mission to act as one of the means of forming the image of an ‘ideal’ university in the linguistic consciousness of the population. The process of the realization of pragmatics of the universities of the Republic of Kazakhstan revealed through the analysis of their missions is considered. We conclude that through the concepts of *education, knowledge, innovation, international, quality, specialist, competitive, personnel, professional, science, research, development, region, country, state* such pragmatic settings of Kazakhstan universities as the desire to position themselves as organizations providing quality educational services, producing demanded specialists, aimed at the development of science and playing a significant role in the development of the region and the state are realized.

Keywords: *mission, university, “ideal” university, concept.*

References

1. Abdulkadyrov M. M. (2018) *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no. 8 (86), pp. 65—68 [in Russ.].
2. Bashminova E. P. (2016) *Master’s Journal*, no. 2, pp. 536—547 [in Russ.].
3. Kuznecov S. A. (ed.). (2000) *Bol’shoj tolkovyj slovar’ russkogo jazyka* [The large explanatory dictionary of the Russian language]. St. Petersburg, Norint Publ. 1536 p. [in Russ.].
4. Goremykin V. A., Bogomolov A. Ju. (2002) *Biznes-plan: Metodika razrabotki* [Business Plan: Development Methodology]. Moscow, Os’-89 Publ. 864 p. [in Russ.].
5. Gosudarstvennaja programma razvitija obrazovanija Respubliki Kazahstan na 2011—2020 gody [The state program for the development of education of the Republic of Kazakhstan for 2011—2020]. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1000001118> (accessed 10.03.2020) [in Russ.].
6. Gumbol’dt B. O vnutrennej i vneshnej organizacii nauchnyh uchrezhdenij v Berline [On the internal and external organization of scientific institutions in Berlin]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/univman/msg/144983.html> (accessed 15.03.2020) [in Russ.].
7. Zhukov V. N. (2015) *Vestnik vysshej shkoly*, no. 7, pp. 15—19.

8. Ivanov M. A., Shusterman D. M. (2006) *Organizacija kak vash instrument* [Organization as your tool]. Moscow, Al'pina Biznes Buks Publ. 392 p. [in Russ.].
9. Meshkov A. Ju. (2012) *Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 41 pp. 36—41 [in Russ.].
10. Mynbaeva A. K. (2008) *Osnovy pedagogiki vysshej shkoly* [Fundamentals of Higher Education Pedagogy]. Almaty. 144 p. [in Russ.].
11. Najden E. V. (2013) *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no. 9 (27), pp. 134—137 [in Russ.].
12. Oficial'nyj sajt Komiteta po statistike Ministerstva nacional'noj jekonomiki Respubliki Kazahstan [Official website of the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan] URL: <http://stat.gov.kz/> (accessed 20.03.2020) [in Russ.].
13. Egorova T. V. (ed.). (2014) *Slovar' inostrannyh slov sovremennogo russkogo jazyka* [Dictionary of foreign words of the modern Russian language]. Moscow, Adelant Publ. 800 p. [in Russ.].
14. Ushakov D. N. (2013) *Tolkovyj slovar' sovremennogo russkogo jazyka* [Explanatory dictionary of modern Russian language]. Moscow, Adelant Publ. 800 p. [in Russ.].
15. Shirjaeva T. A. (2014) *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no. 7 (37), pp. 211—214 [in Russ.].