



ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ PEDAGOGICAL SCIENCES

УДК 378

СИМВОЛЫ, ТРАДИЦИИ И МИССИЯ РОССИЙСКОГО ВУЗА КУЛЬТУРЫ: ОТ НЕДООЦЕНКИ ЗНАЧИМОСТИ К ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ НА СТУДЕНТОВ

Буцык Сергей Владимирович, кандидат педагогических наук, доцент, проректор по учебной работе, Челябинский государственный институт культуры (г. Челябинск, РФ). E-mail: bsv@chgaki.ru

Усиливающаяся борьба российских высших учебных заведений за лучших студентов и преподавателей, за ресурсы и партнерство с крупными компаниями существенно актуализирует вопросы, связанные с позиционированием образовательных организаций, построением их идентичности, их уникальностью. Однако данная задача в России нередко ставится далеко не на самом высоком уровне управления вузом, что приводит к незначительному применению и неэффективности элементов символьного типа. Кроме того, акцент на продвижение символов в основном во внешнюю среду нередко контрастирует со слабым желанием университетов использовать аналогичные средства внутри вуза, в том числе для объединения всех участников коммуникации в единый коллектив, действующий в рамках одних и тех же целей (миссии) высшего учебного заведения.

Для вузов сферы культуры элементы символьного типа могут иметь особую значимость, поскольку позволяют еще и удовлетворить эстетические потребности (потребности в наслаждении красотой, искусством и т. п.), присущие всем участникам учебного процесса в такой специфической образовательной организации.

В то же время, по мнению автора, недооценка значимости элементов символьного типа влечет за собой и слабую разработанность оценочной системы, которая могла бы объективно охарактеризовать степень влияния на студентов соответствующих средств, имеющихся в образовательной организации. В статье описывается экспериментальная модель оценки влияния на студентов таких средств, прошедшая апробацию в высшем учебном заведении сферы культуры. Проведенное исследование показало не только степень воздействия отдельных символов и традиций на студентов, выраженную в числовой форме и позволяющую провести сравнение по принципу больше/меньше. Представленная оценочная модель позволила увидеть проблемы образовательной организации, требующие своевременного решения.

Ключевые слова: высшее образование, университет, институт культуры, символы, традиции, миссия, идентичность.

SYMBOLS, TRADITIONS AND MISSION OF THE RUSSIAN INSTITUTE OF CULTURE: FROM INSUFFICIENT ASSESSMENT OF SIGNIFICANCE TO EVALUATION OF INFLUENCE ON STUDENTS

Butsyk Sergey Vladimirovich, PhD in Pedagogy, Associate Professor, Vice-rector for Academic Affairs, Chelyabinsk State Institute of Culture and Arts (Chelyabinsk, Russian Federation). E-mail: bsv@chgaki.ru

The growing struggle of Russian universities for the best students and teachers, for resources and partnerships with large companies significantly actualizes issues related to the positioning of educational organizations, and construction of their identity, their uniqueness. However, this task in Russia is often posed far from the highest level of university management, which leads to insignificant use and a low degree of effectiveness of symbolic type elements. In addition, the focus on the promotion of symbols only in the external environment often contrasts with the weak desire of universities to use similar means within the university, including for combining all communication participants into a single team acting within the same goals (mission) of a higher educational institution.

For universities in the sphere of culture, elements of a symbolic type can be of particular importance, since they also allow satisfying aesthetic needs (the need to enjoy beauty, art, etc.) that are inherent in all participants in the educational process in such a specific educational organization.

The author believes that such an underestimation entails the poor development of the assessment system, which could objectively characterize the degree of influence on students of symbolic means available in an educational organization. The article describes an experimental model for assessing the impact on students of such funds, which has been tested in a higher educational institution. The study showed not only the degree of influence of individual symbols and traditions on students, expressed in numerical form and allowing comparison on the principle of more / less. The presented assessment model made it possible to see the problems of the educational organization requiring timely solutions.

Keywords: higher education, university, institute of culture, symbols, traditions, mission, identity.

DOI: 10.31773/2078-1768-2020-51-205-212

Элементы символического типа, безусловно, присутствовали в высших учебных заведениях даже в советский период, однако они в значительной степени носили общегосударственный характер. Герб, флаг и гимн Советского Союза, как и портреты, бюсты, плакаты с цитатами партийных лидеров являлись неотъемлемыми атрибутами практически каждой образовательной организации. Незначительное количество элементов символического типа, относящегося непосредственно к самому учреждению, во многом было продиктовано особенностью системы образования в закрытой стране, где каждый вуз занимал в общей модели строго отведенное ему место, играл определенную роль, фактически не конкурируя с другими вузами.

Современная ситуация носит принципиально иной характер, подразумевая постоянно нарастающую межвузовскую «борьбу», причем как по различным направлениям, так и между различными группами вузов [1; 5; 6]:

- за лучших студентов; за лучших преподавателей; за ресурсы; за партнерство с крупными компаниями и т. п.

- между вузами одного региона (федерального округа); между вузами одной отрасли народ-

ного хозяйства; между центральными и региональными вузами.

В данном контексте, разработанные символика, разнообразные ритуалы, миссия образовательной организации могут стать элементами, которые в случае эффективного применения не только являются средствами решения представительских, экономических или иных задач, направленных на продвижение вуза во внешней среде. Они во многом способны стать реальными средствами, объединяющими всех участников коммуникации в единый коллектив, который действует в рамках одних и тех же целей высшего учебного заведения, направленных на укрепление позиций вуза, имеющего собственную идентичность.

В то же время и сегодня символический тип далеко не так часто используется российскими вузами, как мог бы. Являясь в значительной степени невербальным средством воздействия, он явно уступает более традиционному для отечественных образовательных учреждений риторическому типу (основанному на технологиях убеждения, использовании логической или научной аргументации, применении риторических фигур), который продолжает доминировать, скорее всего, по причине исторически сложившихся моделей,

пришедших в российские вузы во многом из сферы политики [7]. По мнению ряда отечественных экспертов, так называемые политические модели вузов как организаций (модели ресурсной зависимости) сегодня существенно преобладают в российском высшем образовании [8].

При этом технологии, связанные с определением позиционирования организации, а также приемы и методики построения команды сегодня уже широко используются в российском бизнесе и, на наш взгляд, вполне переносимы на учреждения высшего образования при учете особенностей данной сферы. Однако в российских вузах задача построения идентичности нередко ставится далеко не перед самыми высокопоставленными сотрудниками (например, перед отделом по связям с общественностью), которые потом пытаются донести свои наработки до преподавателей и сотрудников с невысокой степенью эффективности, хотя данный вопрос – «это не ловкая игра словами и не художественный дизайн логотипа. Вся инсти-туция должна проживать свой бренд» [10].

Для вузов сферы культуры [4] элементы символического типа могут иметь особую значимость, поскольку позволяют еще и удовлетворить эстетические потребности (потребности в наслаждении красотой, искусством и т. п.), присущие всем участникам учебного процесса в такой специфической образовательной организации. Считается, что эстетические потребности, несмотря на их относительно слабую изученность, тесно взаимосвязаны и переплетаются с когнитивными потребностями (потребности в познании, понимании чего-то нового), типичными для субъектов любого образовательного учреждения. Отраслевые вузы сферы культуры традиционно имеют и дополнительную (к образовательной) миссию – развитие культурного пространства, продвижение культурных ценностей и т. п.

Проблема незначительного применения элементов символического типа в российских вузах, как следствие, приводит к проблеме слабой разработанности системы оценки, которая могла бы объективно охарактеризовать степень влияния на студентов таких средств, имеющихся в образовательной организации. В данной статье мы опишем одну из возможных моделей, прошедшую апробацию в высшем учебном заведении.

Принципы построения экспериментальной оценочной системы

Следует отметить, что формирование оценочной системы влияния на студентов средств символического типа является, на наш взгляд, весьма нетривиальной задачей, которая требует относительно длительного апробирования различных подходов к оценке различных составляющих. Суть предлагаемого в данной работе экспериментального метода можно кратко обозначить сочетанием трех терминов «знание – впечатление – видение», которые подразумевают:

- выявление степени знания студентами основных символов своего вуза;
- оценку впечатлений студентов от сложившихся в учреждении за последние годы традиций;
- видения обучающимися миссии их образовательной организации.

Рассмотрим каждую из представленных составляющих оценки более подробно.

1. Оценка степени знания символов. Для исследования знаний студентами символов в качестве базовой нами предлагается система оценки каждого из основных видов символов, имеющихся в вузе (герб, флаг, гимн, памятные доски, памятные камни и др.) по следующей шкале: 1 балл – студент точно знает указанный символ (вид символа); 0,5 – имеет неполные знания; 0 – не знает предложенный символ. При этом для проверки полноты знаний студенту может быть предложено не только указать, знает ли он(а) (полностью или частично) предлагаемый символ, но и дополнительно отметить:

- где видели символ (герб или флаг);
- где слышали (гимн) и/или читали текст;
- где видели и кому посвящены (памятные доски);
- где видели и в честь какого события установлены (памятные камни).

Подобная «проверка полноты» фактически предоставляет возможность перепроверки знаний студентов, а также позволяет при необходимости показать, за счет каких источников (объектов, ресурсов и др.) это знание сформировалось у наибольшего числа обучающихся.

Важно отметить, что на базе данной системы оценки (которую мы обозначили как «базовая») каким-либо вузом может быть разработана

и более сложная система, например, имеющая не одно (0,5), а несколько промежуточных значений в пределах диапазона от 0 до 1.

2. Оценка впечатлений от традиций. Сравнительную оценку студентами традиций вуза нами предлагается проводить не через впечатления от непосредственного участия обучающихся в мероприятии или его просмотра, а через впечатления студентов от соответствующих стендов, галерей или музейных комплексов, расположенных в определенных «проходных» местах (холлах, коридорах, залах и т. п.) образовательной организации. Это, с одной стороны, имеет некоторые недостатки, но, с другой – обосновано сразу несколькими объективными причинами, без учета которых можно поставить под сомнение саму возможность проведения комплексной сравнительной оценки в вузе в принципе. Во-первых, даже в ежегодных плановых мероприятиях вуза (особенно крупного) может принять участие или просто посетить их лишь, как правило, небольшая выборка студентов. Во-вторых, в течение учебного года мероприятия проводятся в различные периоды, что впоследствии может привести к «смазанному» впечатлению относительно первоначального. Наконец, некоторые важные традиции могут, по сути, не подразумевать массовых мероприятий, ограничиваясь, например, формальным открытием или обновлением соответствующей экспозиции (стенда, картинной или фотогалереи, музейного комплекса и т. п.), проводимым раз за несколько лет при ограниченном круге участников.

В качестве базовой системы оценки впечатлений от традиций нами предлагается следующая: +2 – сильное положительное впечатление; +1 – сдержанное положительное впечатление; 0 – не видел(а) или увиденное не произвело впечатления (нейтральное впечатление); -1 – сдержанное отрицательное впечатление; -2 – сильное отрицательное впечатление.

3. Оценка видения миссии. Оценку видения студентами миссии образовательной организации, на наш взгляд, следует разбить на три взаимосвязанных этапа. Так, первоначально можно предложить обучающимся самим кратко (одним или несколькими тезисами) сформулировать ее

основную суть; на втором этапе – выбрать из относительно большого количества предложенных вариантов наиболее подходящие, на их взгляд, тезисы (любое количество и независимо от сформулированных студентом ранее), а уже на третьем этапе – провести сопоставление формулировок студента с его выбором из числа предложенных тезисов, при необходимости отмечая полное или частичное совпадение либо фактическое отсутствие совпадений между различными группами тезисов.

Описанный подход, допускающий определенную вариативность в рамках экспериментальной модели «знание – впечатление – видение», на наш взгляд, может позволить образовательным организациям индивидуально выстроить оценочную систему, сделав ее при необходимости относительно четкой и глубокой.

Пример апробации экспериментальной системы оценки в вузе культуры

В 2019 году в одном из федеральных вузов, расположенном в крупном региональном центре и осуществляющем подготовку специалистов для отрасли культуры, было проведено исследование по выявлению знаний студентами символов вуза, их впечатлений от сложившихся за последние годы традиций, а также видения ими миссии образовательной организации. Выборкой было охвачено около трети первокурсников и трети третьекурсников очной формы обучения вуза, при этом учитывалась специфика образовательных программ студентов, их возраст, пол и гражданство, которые в целом соответствовали общевузовским значениям. Оценка осуществлялась по трем описанным выше составляющим в рамках модели «знание – впечатление – видение».

1. Знание символов. Результаты опроса показали, что среди всех основных символов наиболее известным для студентов является герб института (знают в среднем около 80 % всех опрошенных студентов 1-го и 3-го курсов), далее следуют гимн (58 %), флаг (41 %), а также памятные камни, установленные в честь юбилея на территории организации всего около года назад (38 %). Наименее известными для студентов оказались памятные доски (15 %), установленные на фасаде

одного из основных корпусов вуза и посвященные отцам-основателям учреждения.

Наибольшая известность у студентов герба вуза, на наш взгляд, неслучайна. Результаты опроса показали, что более 50 % обучающихся видели данный символ на различных табличках, стендах, афишах, в документах учебно-организационного характера, и с продвижением от курса к курсу это знание только укрепляется. В этой связи является вполне логичным, что наиболее значительную разницу между первым и третьим курсом студентов (+24 %) показало именно знание герба вуза.

Около трети студентов отметили, что обращали внимание на данный символ, присутствующий на главной странице официального сайта вуза, что, на первый взгляд, является несколько заниженным показателем, учитывая бурное развитие информационных технологий, их активное вхождение во все сферы деятельности населения. Однако результаты параллельного исследования, проведенного в том же вузе, но направленного на изучение влияния «цифровизации» на деятельность первокурсников, показали относительно близкие результаты [2]. Такая корреляция позволяет говорить, что для данной территории страны, данного возраста (в основном, 1999–2001 г. р.) и данной специфики вуза (сферы культуры) полученный показатель может считаться достаточно значимым, но, конечно, не исключает его изменения при трансформации условий.

Наибольшую отрицательную разницу между первым и третьим курсом студентов (-20 %) показало знание студентами гимна вуза, что объясняется различными источниками получения данной информации разными курсами. Так, 88 % первокурсников отметили, что слышали (читали) гимн в день знаний (на посвящении), а большинство третькурсников – во время других мероприятий вуза (научных, спортивных, творческих, юбилейных), которые в совокупности не оказались столь же запоминающимися для них: рост +43 % от первого курса к третьему против «выпадения» из памяти первого посвящения (-60 %).

2. Впечатления от традиций. Традиции института оценивались в исследовании через впечатления студентов от соответствующих стендов, галерей и музейных комплексов с использованием ранее описанной системы оценки (+2, +1,

0, -1, -2). Для сравнения предлагалось 14 объектов, размещенных в наиболее доступных большинству студентов (так называемых «проходных») местах института (как правило холлы и коридоры 1–2-го этажей): музейные комплексы и экспозиции, галереи станковой живописи и фотографий, разнообразные стенды, монументальные росписи и т. п.

Общим положительным результатом можно считать, что фактически ни от одного студента и ни по одной позиции не был получен ответ, подразумевающий отрицательное впечатление от предложенных в опросе объектов, а средняя оценка по обоим курсам в целом составила +1,05, что может соответствовать как минимум сдержанному положительному впечатлению в целом по вузу.

К группе с наиболее высокими показателями (около +1,3) можно отнести четыре следующих объекта:

- музейный комплекс вуза (фотографии, документы, экспонаты и т. п., рассказывающие об истории каждого факультета организации);
- стенд «Они учились у нас» (известные выпускники вуза: деятели сферы культуры, руководители, бизнесмены);
- фотогалерея «Вместе мы можем всё» (фотографии торжественных выпусков института с 2002 года);
- галерея станковой живописи (представлены работы художников, как правило, являющихся педагогами или студентами вуза).

Музейный комплекс вуза, хотя и является в исследовании чуть ли не единственным объектом, который не расположен на «проходных» этажах, постоянно привлекает внимание студентов, поскольку представляет собой набор периодически обновляемых (раз в несколько лет) красочных, но емких экспозиций каждого из факультетов вуза, что, безусловно, способствует сопричастности студентов к истории института. Кроме того, музейный комплекс, как правило, входит в число обязательных объектов при проведении ознакомительных экскурсий, в том числе для абитуриентов и первокурсников в период их адаптации в образовательной организации.

Не вызывает удивления попадание в группу с наиболее высокими впечатлениями стенда из-

вестных выпускников вуза и фотогалереи торжественных выпусков, красочно проводимых на одной из центральных площадей города. Можно предполагать, что многие студенты, проходя по коридору мимо галереи, мысленно представляют свое будущее участие в данной церемонии и, конечно же, хотели бы стать весьма успешными людьми в перспективе.

А вот столь высокая оценка галереи станковой живописи может, на наш взгляд, свидетельствовать о наличии у большинства студентов данного учебного заведения эстетических потребностей и возможности их удовлетворения посредством периодического просмотра экспонатов. Аналогичный вывод делается и о периодически обновляемой галерее тематических фотографий известных фотографов города, результат которой лишь немногим уступает группе лидеров (+1,24). Важно отметить, что как галерея живописи педагогов и студентов вуза, так и фотогалерея городских мастеров-фотографов показали относительно заметную положительную динамику от первого курса к третьему (+0,1 и +0,2 соответственно), это, возможно, говорит о том, что впечатления лишь накапливаются, а положительный эффект с течением времени повышается.

Нельзя не отметить и еще один объект исследования, показавший относительно высокий результат (+1,23) – стенд «Они сражались за Родину», рассказывающий о преподавателях и сотрудниках вуза – участниках Великой Отечественной войны. Незначительная разница (0,02) в оценках между студентами первого и третьего курсов позволяет говорить не только о традиционно высоком, но и достаточно стабильном положительном влиянии военной тематики на современную молодежь.

3. **Видение миссии.** Исследование видения миссии, проведенное по описанной ранее трехэтапной схеме, позволило нам сформулировать несколько основных тезисов. Так, 96 % студентов указали в качестве наиболее значимой миссии вуза необходимость обеспечения им высокого качества образования. С одной стороны, кажется очевидным, что миссия образовательного учреждения и заключается в предоставлении качественных образовательных услуг. Однако, с другой

стороны, это подчеркивает наличие в вузе значительной доли студентов, ориентированных на получение знаний, умений, формирование профессиональных навыков, а не просто на занимательное времяпрепровождение при относительно легком получении документа об образовании. Этот факт подтверждается и объективными данными, согласно которым, например, средний балл ЕГЭ поступивших в вуз за последние несколько лет является одним из наиболее высоких среди всех федеральных высших учебных заведений региона.

Незначительно уступила в оценке студентов (94 %) миссия данного вуза как учреждения, ответственного за продвижение (изучение, сохранение, развитие и т. п.) культуры. Исследование на базе вуза сферы культуры позволило нам провести проверку видения такой достаточно естественной «сдвоенной» миссии отраслевого образовательного учреждения, и анализ результатов показал, что студенты ее ощущают.

Кроме того, представляется важным заметное повышение от первого курса к третьему видения студентами миссии вуза как организации, отвечающей за ближайшее будущее выпускника – работника соответствующей сферы (с 88 % – на первом курсе до 96 % – на третьем). При этом данная положительная динамика обеспечивается не столько за счет требования к вузу о гарантированном трудоустройстве выпускника (отмечено падение выбора данного ответа с 78 % – на первом курсе до 60 % – на третьем), сколько за счет необходимости формирования у студентов такого набора компетенций, который в дальнейшем будет способствовать их саморазвитию, в том числе в профессиональной деятельности (рост с 74 % до 88 %).

Заключение

Проведенное исследование показало не только степень воздействия отдельных символов или традиций на студентов, выраженную в числовой форме и позволяющую провести сравнение по принципу больше/меньше. Представленная оценочная модель позволила, на наш взгляд, увидеть проблемы, требующие решения, возможно, даже оперативного.

Так, например, знание студентами флага вуза (41 %) существенно уступило знанию гимна организации (58 %), что может свидетельствовать о недостаточном количестве мест размещения или недостаточной визуализации данного символа, который студент теоретически мог бы наблюдать чуть ли не ежедневно. Памятные камни, установленные на территории буквально в течение года к 50-летию юбилею, привлекли значительно большее внимание (38 %), нежели памятные доски (15 %), установленные несколько лет назад на фасаде одного из основных корпусов (один из двух памятных камней расположен примерно там же). Возможно, что информация об отцах-основателях вуза и символах, посвященных им, недостаточно широко известна в студенческой среде.

В группе объектов с наиболее низкими показателями по впечатлениям студентов оказались не только этнографическая экспозиция, размещенная не в самом удачном с точки зрения обзора и освещения месте (+0,59), и авторская монументальная роспись, где присутствуют исторические деятели, по-разному воспринимаемые различными людьми (+0,86). В ту же группу вошел и стенд «Лауреаты Премии имени 1-го ректора вуза», где представлены все церемонии награждения выпускников вуза, имеющих выдающиеся достижения в области развития и популяризации культуры и искусств (+0,63), а также ежегодно обновляемый стенд студентов – именных стипендиатов (+0,78). При оценке видения студентами миссии

вуза может быть полезна для анализа и практических решений информация о необходимости обеспечения вузом возможности включения обучающихся в научную или творческую деятельность (80 %) в соотношении с включением в общественную или спортивную (39 %).

Подавляющее большинство третьекурсников (такой вопрос дополнительно задавался только им) отметили, что большую часть знаний и впечатлений о символах, традициях и миссии вуза они приобрели на первом курсе, а на втором-третьем, скорее, дополнили свои знания и впечатления. Это может говорить о том, что наиболее эффективное время воздействия символического типа на студентов, очевидно, попадает в начальный период обучения в вузе, когда фактор новизны вузовской атмосферы в сочетании с возрастным играют не последнюю роль в восприятии обучающихся.

Подводя итог настоящему исследованию, отметим, что символические средства, направленные на объединение всех участников коммуникации высшего учебного заведения, позволяют реально формировать ценности обучающихся. Ведь это уже не просто мнения, не абстрактные суждения и даже не общие (обобщенные) убеждения руководителей современной образовательной организации [3]. Это результат конкретных действий вуза, в которые направлены данные убеждения. Это наглядный пример того, как работает образовательная организация, учитывающая совокупность своей истории, символов, традиций и миссии для рассказа о самой себе [9].

Литература

1. Барбер М., Доннелли К., Ризви С. Накануне схода лавины. Высшее образование и грядущая революция // *Вопр. образования*. – 2013. – № 3. – С. 152–229.
2. Буцык С. В. «Цифровое» поколение в образовательной системе российского региона: проблемы и пути решения // *Открытое образование*. – 2019. – № 1. – С. 27–33.
3. Буцык С. В. Горизонтальное управление в российском вузе: дань современности или насущная необходимость? // *Высшее образование в России*. – 2018. – Т. 27, № 10. – С. 20–29.
4. Буцык С. В. От институтов культуры до институтов культуры: историко-педагогический анализ // *Вестн. Кемеров. гос. ун-та культуры и искусств*. – 2016. – № 2 (35). – С. 166–175.
5. Волков А., Ливанов Д. Ставка на новое содержание // *Ведомости*. – 2012. – 2 сент.
6. Кузьминов Я. И., Семенов Д. С., Фрумин И. Д. Структура вузовской сети: от советского к российскому «мастер-плану» // *Вопр. образования*. – 2013. – № 4. – С. 8–69.
7. Рязанов А. В. Дискурсивное управление: возможности и ограничения // *Власть*. – 2013. – Т. 21, № 11. – С. 71–74.
8. Соколов М., Волохонский В. Политическая экономия российского вуза // *Отечеств. зап.* – 2013. – № 4 (55).

9. Clark B. The Organizational Saga in Higher Education // *Administrative Science Quarterly*. – 1972. – 17 (2). – P. 178–184.
10. Dooley R. College Branding: The Tipping Point // *Forbes*. – 2013. – Feb 5.

References

1. Barber M., Donnelly K., Rizvi S. Nakanune skhoda laviny. Vysshee obrazovanie i gryadushchaya revolyutsiya [An Avalanche is Coming. Higher Education and the Revolution Ahead]. *Voprosy obrazovaniya [Issues of education]*, 2013, no. 3, pp. 152-229. (In Russ.).
2. Butsyk S.V. “Tsifrovoye” pokolenie v obrazovatel’noy sisteme rossiyskogo regiona: problemy i puti resheniya [“Digital” Generation in the Educational System of the Russian Region: Problems and Solutions]. *Otkrytoe obrazovanie [Open Education]*, 2019, no. 1, pp. 27-33. (In Russ.).
3. Butsyk S.V. Gorizonta’l’noe upravlenie v rossiyskom vuze: dan’ sovremennosti ili nasushchnaya neobkhodimost’? [Horizontal Management at Russian University: Current Trend or Urgent Need?] *Vysshee obrazovanie v Rossii [Higher Education in Russia]*, 2018, vol. 27, no. 10, pp. 20-29. (In Russ.).
4. Butsyk S.V. Ot institutov kul’tury do institutov kul’tury: istoriko-pedagogicheskiy analiz [From Institutes Of Culture to Institutes of Culture: Historical and Pedagogical Analysis]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul’tury i iskusstv [Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts]*, 2016, no. 2 (35), pp. 166-175. (In Russ.).
5. Volkov A., Livanov D. Stavka na novoe sodержanie [Betting on New Content]. *Vedomosti [Vedomosti]*, 2012, September 2. (In Russ.).
6. Kuzminov Y.I., Semenov D.S., Frumin I.D. Struktura vuzovskoy seti: ot sovetского k rossiyskomu “master-planu” [University Network Structure: From the Soviet to the Russian “Master Plan”]. *Voprosy obrazovaniya [Issues of education]*, 2013, no. 4, pp. 8-69. (In Russ.).
7. Ryazanov A.V. Diskursivnoe upravleniye: vozmozhnosti i ogranicheniya [Discursive Management: Possibilities and Limitations]. *Vlast’ [Power]*, 2013, vol. 21, no. 11, pp. 71-74. (In Russ.).
8. Sokolov M., Volokhonsky V. Politicheskaya ekonomiya rossiyskogo vuza [Political Economy of a Russian University]. *Otechestvennye zapiski [Domestic notes]*, 2013, no. 4 (55). (In Russ.).
9. Clark B. The Organizational Saga in Higher Education. *Administrative Science Quarterly*, 1972, 17 (2), pp. 178-184. (In Engl.).
10. Dooley R. College Branding: The Tipping Point. *Forbes*, 2013, Feb 5. (In Engl.).

УДК 378.147

ПОЛИЛИНГВАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА ВУЗА: ОСОБЕННОСТИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

Зникина Людмила Степановна, доктор педагогических наук, кандидат филологических наук, профессор, заведующий кафедрой иностранных языков, Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева (г. Кемерово, РФ). E-mail: znikina@mail.ru; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7842-731X>; Scopus - ID 57194037724

Седых Дина Викторовна, кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков, Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева (г. Кемерово, РФ). E-mail: seddina@mail.ru

В представленной статье описываются результаты проведенного исследования по выявлению проблемных зон организации обучения студентов в поликультурной среде вуза и обоснованию новых подходов к педагогическому обеспечению образовательного процесса в исследуемой среде. В статье дана