

## ■ ■ ■ Виртуальная интернационализация как новый формат коммуникации университета с иностранными абитуриентами и студентами в условиях пандемии

**Спичева Д.И., Свиридова Д.Ю.**

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Российская Федерация.

**Аннотация.** В статье представлена авторская методика выявления и создания визуальных образов университета и региона его местоположения для иностранных абитуриентов и студентов. Базовой составляющей этой методики представляется методология выявления культурных артефактов, концептов и констант, которые могут стать основой визуализации при создании цифровой культурной среды региона, в котором находится университет. Визуальные образы, созданные по этой методике, являются основой нового формата коммуникации, положенной в основу «виртуальной интернационализации». В статье обосновывается идея, что в условиях глобализации, в которую вмешалась пандемия, провайдерами уникального опыта знакомства с культурой, историей и бытом другой страны и региона могут стать университеты. Именно этот опыт является одним из важнейших мотивирующих факторов выбора абитуриентами зарубежного университета, а значит его можно считать двигателем интернационализации, значимость которой для репутации университета не отменяет ситуация пандемии.

**Ключевые слова:** виртуальная интернационализация, университет, пандемия, визуальные образы, визуализация, глобализация, коммуникация, интернет

*Для цитирования:* Спичева Д.И., Свиридова Д.Ю. Виртуальная интернационализация как новый формат коммуникации университета с иностранными абитуриентами и студентами в условиях пандемии // Коммуникология. 2021. Том 9. № 4. С. 124-134. DOI 10.21453/2311-3065-2021-9-4-124-134.

*Сведения об авторах:* Спичева Дина Ивановна – к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии Национального исследовательского Томского государственного университета; Свиридова Диана Юрьевна – магистр направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» Национального исследовательского Томского государственного университета. Адрес: 634050, Россия, г. Томск, пр-т Ленина, 36. E-mail: [speecheva@mail.ru](mailto:speecheva@mail.ru).

*Статья поступила в редакцию:* 28.10.2021. *Принята к печати:* 08.12.2021.

С развитием информационно-коммуникационных сетей и формированием единого информационного онлайн-пространства глобализация превратилась в мощный фактор, оказывающий воздействие на все стороны общественной жизни, в том числе и на образование. В условиях глобализации ведущей тенденцией высшего образования во всем мире стала интернационализация. Ситуацию резко изменила вспышка коронавирусной инфекции 2019-2020 года. Необходимой

мерой задержки развития вируса стала социальная изоляция, условия которой потребовали частичного или полного закрытия университетов и сопутствующей им инфраструктуры во всем мире. Важнейшая составляющая интернационализации – академическая мобильность – стала невозможной. Таким образом, мы столкнулись с новой реальностью, где традиционная парадигма мирового высшего образования разрушается, и на её место приходит новая.

Произошел форсированный переход образовательной системы в онлайн-среду и коммуникация с абитуриентами и студентами сосредоточилась именно там. В условиях снижения мобильности университеты вынуждены искать новые сценарии коммуникации с абитуриентами и студентами, в том числе из других стран. Формат этой коммуникации может развиваться по пути предоставления иностранным абитуриентам (в перспективе – студентам) уникального опыта коммуникации с университетом через интернет-погружение в культурное, историческое, бытовое пространство университета и региона его нахождения.

Под интернационализацией образования понимается встраивание международного и межкультурного измерения в содержание образовательной программы университета. Новая цифровая форма интернационализации, о которой мы говорим в данной статье, понимается иначе, чем существующие термины «интернационализация на дому» или «интернационализация за рубежом», мы называем ее «виртуальной интернационализацией». Именно этот феномен исследован нами и описан в данной статье как новый формат университетской коммуникации с иностранными абитуриентами и студентами в условиях пандемии.

Для достижения этой цели были решены следующие исследовательские задачи:

- проанализированы примеры виртуальной интернационализации в современных реалиях международного образования;
- выявлены возможные варианты мотивации иностранных абитуриентов к обучению за рубежом;
- разработана методика выявления культурных констант, концептов и артефактов как основа культурной, исторической, бытовой онлайн-среды региона, в котором расположен университет;
- апробирована методика в процессе определения визуальных образов для формирования культурной онлайн-среды Национального исследовательского Томского государственного университета.

В этой статье развитие мировой системы высшего образования рассматривается с позиции глобалистики как рост доступности образования, связанный с развитием глобальной экономики знания. Определение понятия интернационализации высшего образования дано на основе работ М. Харари, Х. де Вит [Wit], Ф. Хантера, О.А. Береговой, В.И. Кудашова [Harari; Wit; Wit, Hunter; Береговая, Кудашов] и др. Виртуальная интернационализация университета рассматривается в контексте вопроса его репутации в период пандемии – в серии экспертных вебинаров, организованных в рамках традиционной ежегодной конференции

Высшей школы экономики в Санкт-Петербурге «Образование и мировые города-2020: На пути к новой нормальности? Репутация университета в контексте пандемии»<sup>1</sup>.

Теоретико-методологической базой исследования является комплекс философских, глобалистских, маркетинговых теорий и социологических концепций образования. Мы взяли за основу, что формирование опыта интернационализации университета должно строиться на специальном знаково-символическом послании целевой аудитории в форме визуальных образов в интернете. В связи с этим мы обратились к понятию знака-символа [Бодрийяр; Лотман 1992]. Представляя состояние современного общества в условиях пандемии, мы опирались на концепцию «глобальной деревни» как новой формы социальной организации общества [McLuhan 1994]. Для понимания культуры предлагается авторский интегративный подход, основанный на положениях теории коллективной культурной идентичности [Астафьева; Матузкова], концепции культурных констант и концептов [Степанов]. Выбранный нами подход к анализу особенностей виртуальной интернационализации основывается на положениях культурной антропологии и семиотики культуры [Лотман 1970; Posner]. Мы обращаемся также к теории мобильности [Urry], в которой раскрываются потребности современного поколения в регулярной смене мест и впечатлений. В исследовании используются отчеты исследований QS и Free Covid-19 Dashboard for Higher Education.

Из прикладных методов исследования мы использовали анкетный опрос (для изучения мотивации к поступлению абитуриентов в зарубежный университет, фокус-группу (для выявления культурных констант, концептов и артефактов Томска и российской Сибири – региона нахождения Национального исследовательского Томского государственного университета).

### **Виртуальная интернационализация в современных реалиях международного образования**

В современной научной литературе понятие интернационализации представляется по-разному. Одним из популярных на сегодняшний день определением интернационализации высшего образования является вариант Дж. Найта, который определяет её как «процесс встраивания международного, межкультурного и глобального измерения в цели, функции и процессы высшего образования» [Knight].

Глобализация привела к изменению мировосприятия: «мир конца XX века решительно уменьшился» [Уткин: 16], стал «глобальной деревней» [Маклюэн 2004]. Это усилило международную академическую мобильность, что стало одним из

---

<sup>1</sup> На пути к новой нормальности? Репутация университета в контексте пандемии // Серия вебинаров ВШЭ в рамках традиционной ежегодной конференции [эл. ресурс]: <https://kc.hse.ru/university/obrazovanie-i-mirovye-goroda-2020/> (дата обращения: 01.09.2021).

основных факторов интернационализации образования. Говоря о парадигме мобильностей, современный английский социолог Джон Урри акцентирует внимание на их множественном числе, подразумевая под мобильностью не только пространственные перемещения. Широкое распространение получила следующая классификация мобильностей: (1) перемещение людей; (2) перемещение предметов, например, товаров; (3) воображаемые перемещения благодаря фильмам, книгам, телевидению, позволяющим «мысленно перенестись вдаль»; (4) виртуальные интернет-перемещения; (5) перемещения посредством новых способов мобильной связи, будь то факсы или скайп, мобильные телефон или СМС [Larsen, Urry, Axhausen].

Со вспышкой коронавирусной инфекции практически все сферы общественной жизни вошли в локдаун, система мирового высшего образования не стала исключением. Согласно результатам проспективного исследования QS 46% из 11 000 опрошенных потенциальных иностранных студентов однозначно изменили свои намерения обучаться за рубежом вследствие пандемии, 25% пока еще не уверены в своем выборе и только 29% не изменили своего решения<sup>1</sup>. К концу марта число студентов, продолжающих планировать обучение за рубежом еще сократилось: только 8% из числа опрошенных ответили утвердительно на вопрос, собираются ли они учиться в другой стране.

По мнению экспертов международная мобильность, уверенно растущая за последние годы, будет восстанавливаться не менее пяти лет<sup>2</sup>. Согласно данным специального ресурса Studyportals<sup>34</sup>, созданного для наблюдения за ситуацией с мобильностью в университетской среде, в середине апреля 2020 г. 40% мобильных студентов уже изменили свои образовательные планы и не планируют покидать свою страну.

Это заставило университеты перейти в цифровой режим и сделало их онлайн-реальность гораздо более реальной, чем офлайн, что в свою очередь оказало большое влияние на интернационализацию образования. Процессы интернационализации предполагают построение взаимоотношений между странами, людьми, культурами, институтами и так далее. Как сохранить эту привлекательную особенность образования за рубежом без погружения в другую культурную, историческую, бытовую среду, в другой пространственный контекст?

---

<sup>1</sup> The Impact of the Coronavirus on Global Higher Education [el. source]: <https://www.qs.com/portfolio-items/the-impact-of-the-coronavirus-on-global-higher-education/> (дата обращения: 20.05.2020).

<sup>2</sup> Мельник Д. Высшее образование в мире: какие проблемы высветила пандемия // Бизнес-школа Сколково [эл. ресурс]: <https://www.skolkovo.ru/sp/anti-fragility/article/vysshee-obrazovanie-v-mire-kakie-problemy-vysvetila-pandemiya/>.

<sup>3</sup> Free Covid-19 Dashboard for Hier Education [el. source]: <https://act.studyportals.com/covid-19-dashboard-access/> (дата обращения: 20.05.2021).

<sup>4</sup> Virtual Europe. Study abroad [el. source]: <https://studyabroad.arcadia.edu/find-a-program/virtual-europe/> (дата обращения: 20.05.2020).

Пандемия разрушила привычную коммуникацию университета с иностранными абитуриентами и студентами, на которой строился весь опыт интернационализации. Для его сохранения университеты должны даже в условиях цифровизации сделать возможным для иностранных абитуриентов и студентов погружение в среду региона, в котором находится университет. Для обозначения этого вида коммуникации мы предлагаем использовать понятие «виртуальная интернационализация».

Пример организации образовательной программы с элементами виртуальной интернационализации уже существует. Университет Аркадии в Пенсильвании (США) летом 2020 предложил желающим пройти платную образовательную программу<sup>1</sup>, в которой студенты могут не только записаться на онлайн-курсы преподавателей-«амбассадоров» Университета Аркадии в Лондоне, Дублине, Эдинбурге, Барселоне, Гранаде, Афинах или Риме; но и поучаствовать в виртуальных стажировках с работодателями в этих же городах. Студенты могут учиться, получать индивидуальные консультации профессоров и знакомиться с культурой другой страны, участвуя в разных виртуальных интерактивных мероприятиях: викторинах на знания о Европе, музыкальных вечерах и фестивалях стран-партнеров, «экскурсиях», мастер-классах национальных кухонь, совместных просмотрах художественных фильмов, политических дискуссиях, встречах с известными людьми, уроках традиционных танцев и т.д.

### **Мотивация иностранных абитуриентов к обучению за рубежом**

Для того, чтобы понять мотивацию студентов к обучению в зарубежных университетах было проведено исследование. Первый этап исследования был проведен в декабре 2019 года, поставленные задачи были решены методом анкетного онлайн-опроса. Анкета состояла из двух частей, первая из которых выполняла «отсеивающую функцию» – пройти полный опрос предлагалось только потенциальным абитуриентам международных образовательных программ. В опросе приняли участие 97 человек из числа потенциальных иностранных абитуриентов Национального исследовательского Томского государственного университета. География опроса включила в себя 11 стран, возраст респондентов – от 21 до 37 лет.

Среди мотивов выбора международной образовательной программы потенциальными абитуриентами были отмечены: повышение собственной конкурентоспособности на рынке труда (58,1%), углубление уже имеющихся знаний (53,5%). При этом 44,2% опрошенных хотят получить образование по-новому для себя направлению подготовки. Достаточно большое количество респондентов в качестве мотивов к поступлению отметили пункты, не относящиеся напрямую к образовательно-научной деятельности: 51,2% сказали, что хотели бы поучить-

---

<sup>1</sup> Virtual Europe. Study abroad [el. source]: <https://studyabroad.arcadia.edu/find-a-program/virtual-europe/> (дата обращения: 20.05.2020).

ся на образовательной программе в другой стране для получения нового жизненного опыта, 46,5% – с целью саморазвития и 39,5% хотели бы получить опыт проживания в другой стране.

В топ факторов, учитываемых потенциальными абитуриентами при выборе международной образовательной программы, вошли: соответствие направления подготовки профессиональным и исследовательским интересам респондента (88,4%) и местоположение образовательной программы (88,4%). Следующими по частоте стали ответы, связанные с экономической стороной обучения в другой стране: стоимость обучения (65,1%), стоимость проживания в месте обучения (48,8%) и стоимость проезда до места обучения (30,2%). Большинство респондентов ответили, что были бы заинтересованы в знакомстве с традициями и культурой страны получения образования: для 25,6% потенциальных абитуриентов это имеет определяющим мотивационным фактором, а для 51,2% это имеет большое значение.

В связи со вспышкой COVID-19 был проведен второй этап исследования с целью изучения того, насколько пандемия повлияла на факторы, которыми абитуриенты руководствовались при выборе международной образовательной программы, а также оценки их готовности к переходу на обучение в онлайн-формате.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что пандемия изменила планы потенциальных иностранных абитуриентов. 10,2% из них отказались от поступления в зарубежный университет, 16,3% респондентов начали колебаться с выбором. Изменились и факторы, учитываемые респондентами при выборе международной образовательной программы. В топе факторов осталось соответствие направления подготовки профессиональным и исследовательским интересам респондента (95,2%), выросло влияние факторов стоимости обучения (95,2%) и престижности получаемого образования (52,4%). В свою очередь, влияние местоположения университета, реализующего международную образовательную программу, снизилось (52,4%). При этом значительно увеличилось количество ответов, учитывающих разницу в часовых поясах между регионом, реализующим образовательную программу и родной страной респондента (47,6%). Вероятно, это связано с возможным дистанционным форматом обучения в режиме реального времени. При этом 76,2% потенциальных абитуриентов выразили готовность к получению образования в онлайн-формате.

Практически все потенциальные иностранные абитуриенты (90,5%) отметили, что заинтересованы в знакомстве с культурой и традициями страны и региона университета, реализующего международную образовательную программу, даже если это будет реализовано с помощью цифровых инструментов.

Таким образом, потенциальные иностранные абитуриенты оказались готовы в режиме-онлайн не только получать образование, но и получать опыт интернационализации, неотделимый ранее от опыта проживания за рубежом, что подтверждает наше предположение о том, что виртуальная интернационализация



может стать новым форматом коммуникации между университетом и иностранными абитуриентами и студентами.

### **Методика определения культурных констант, концептов и артефактов как основы онлайн-среды региона, в котором расположен университет**

Онлайн-погружение в культурную среду отличается от естественного опыта проживания в ней. Как минимум, это отличие проявляется в том, что культурную онлайн-среду надо специально создавать. Мы разработали авторскую методику выявления культурных констант, концептов и артефактов, которые могут стать основой этой среды.

Как полагают многие исследователи, ключевым элементом интернационализации становится идея отношений между нациями или культурными идентичностями. В рамках данной работы в качестве методологического подхода к пониманию культуры используется авторский интегративный подход, разработанный на основе теории коллективной культурной идентичности [Астафьева; Матузкова], концепции культурных констант и концептов [Степанов], а также положений культурной антропологии и семиотики культуры [Лотман 1970; Posner]. В основе нашей методологии – работы Р. Познера об обосновании наличия теоретических связей между антропологией и семиотикой культуры и его концепция семиотического описания антропологических понятий, что дает возможность рационального анализа культурных феноменов [Posner]. Р. Познер говорит об обществе – предметном аспекте социальной антропологии – как о совокупности пользователей знаков (индивидуальных и коллективных носителей культуры); о цивилизации (предмете изучения в материальной антропологии) – как о совокупности текстов (артефактов); и о менталитете (области интереса культурной антропологии) – как о совокупности конвенциональных кодов или системе знаковых конвенций (ментифактов), разделяемых всеми пользователями знаков как носителями данной культуры. В рамках этой концепции каждый артефакт с функцией и закодированным сообщением может рассматриваться как текст, описывающий культурную идентичность общества, складывающуюся из его культурных констант и концептов. В культурологии константы являются выражением картины мира, результатом осмысления обществом своей связи с мирозданием. Культурные константы «не существуют без «свиты» концептов, являясь перекрестьем их смыслов и отношений» [Степанов: 40].

Концепт – «основная ячейка культуры в ментальном мире человека; ... пучки представлений, знаний, переживаний, ассоциаций; ... это сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, это то, посредством чего человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» [Степанов: 40]. Причем под концептом понимается не столько нечто мыслимое, сколько переживаемое. Именно поэтому важно организовать такое виртуальное погружение в среду, которое бы стало частью переживаемого опыта абитуриентов и студентов.

Ключевые концепты культуры проявляются в формате абстрактных имен и выражаются через материальные или нематериальные объекты – культурные артефакты, которые могут быть не только овеятыми объектами, но и виртуальными, цифровыми. Согласно концепции текста Ю.М. Лотмана каждый артефакт можно представить в виде текста с определенными функциями и кодами. При создании культурной онлайн-среды этот текст непременно должен быть визуализирован.

### **Определение визуальных образов для формирования культурной онлайн-среды Томского государственного университета**

Для определения визуальных образов сначала необходимо выявить актуальные культурные константы, концепты и артефакты Томска (места расположения Томского государственного университета), как одного из региональных центров российской Сибири. Они были выявлены по результатам фокус-группы. Выявленные культурные артефакты Томска, названные участниками фокус-группы, разделились на 3 группы:

- «студенческие» артефакты: университеты города, преобладание студенческой группы в общей численности населения, памятник св. Татьяне, обычай красить сапоги памятнику С.М. Кирова (русскому революционеру, советскому государственному деятелю, политическая карьера которого началась в Томске), студенческие строительные отряды, клуб веселых и находчивых (телевизионная юмористическая игра, в которой томская команда достигла больших успехов);
- «исторические» артефакты: памятники деревянной архитектуры, легенды о старце Федоре, Таяне и Томе, камень основания города и деревянный острог, Московский тракт, Иркутский тракт;
- «научно-инновационные» артефакты: Томский научный центр Академгородок, форум молодых ученых «UNOVUS», особая экономическая зона технико-внедренческого типа, бизнес-инкубаторы, научные изобретения.

На основе этих артефактов определены культурные концепты, послужившие идеями для визуализации Томска как сибирского студенческого города: «студенчество», «история» и «инновации». Их объединяет культурная константа – «город молодости, который помнит прошлое».

Среди названных культурных артефактов российской Сибири, где находится город Томск, можно выделить три базовых:

- «природные» артефакты: сибирские просторы, Тайга, кедр, мёд, резко континентальный климат, Васюганский заповедник;
- «этнические» артефакты: коренное население Сибири, многоконфессиональность, шаманизм;
- «историко-бытовые артефакты»: добыча пушного зверя, берестяные изделия, дикоросы, фестиваль «Праздник Топора».

Культурные концепты, отражающие эти артефакты, – богатые природные ресурсы, многонациональность и народные промыслы.



Фразы респондентов, охарактеризовавших Сибирь как «разные вместе» и «многообразие», кажутся наиболее близкими к культурной константе региона, общему смыслу выявленных выше концептов. Таким образом, культурной константой Сибири является «разнообразие».

**Выводы.** В данной статье мы не только предложили методику выявления и создания визуальных образов университета для иностранных абитуриентов и студентов как основы нового формата университетской коммуникации с этими целевыми аудиториями, положенной в основу «виртуальной интернационализации», но и попытались обосновать идею, что в условиях глобализации, в которую вмешалась пандемия, провайдерами уникального опыта знакомства с культурой другой страны и региона могут стать университеты, решающие задачи виртуальной интернационализации. Как показало проведенное исследование иностранные абитуриенты оказались готовы получать образование в онлайн режиме. И одновременно с этим знакомиться с культурой другой страны посредством интернета. Этот опыт мы назвали виртуальной интернационализацией и определили методологию выявления культурных артефактов, концептов и констант, которые могут стать основой визуализации при создании цифровой культурной среды региона, в котором находится университет.

## Источники

- Астафьева О.Н. (2016). Национально-культурная идентичность в условиях глобализации: сложный вектор развития // Вестник МГУКИ. № 5(73). С. 32-41.
- Береговая О.А., Кудашов В.И. (2019). Интернационализация высшего образования в условиях глобализации // Перспективы науки и образования. № 3(39). С. 31-43.
- Бодрийяр Ж. (2006). Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция; Республика. С. 251-264.
- Лотман Ю.М. (1992). Символ в системе культуры // Лотман Ю.М. Избранные статьи. Т. 1. Таллинн. С. 191-199.
- Лотман Ю.М. (1970). Статьи по типологии культуры: материалы к курсу теории литературы. Вып. 1. Тарту.
- Маклюэн М. (2004). Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр.
- Матузкова Е. П. (2014). Культурная идентичность: к определению понятия // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. №2. С. 62-68.
- Степанов Ю.С. (2001). Константы. Словарь русской культуры. М.: Академический проект.
- Уткин А.И. (2003). Глобализация: процесс и осмысление. М.: Эксмо.
- Harari M. (1989). Internationalization of higher education: Effecting institutional change in the curriculum and campus ethos (Occasional report series on the internationalization of higher education). Long Beach: Center for International Education, California State University.
- Knight J. (2004). Internationalization Remodeled: Definition, Approaches, and Rationales. *Journal of Studies in International Education*. Vol. 8, Issue 1. P. 5-31.
- Larsen J., Urry J., Axhausen K. (2006). *Mobilities, Networks, Geographies*. Hampshire, U.K., and Burlington, VT: Ashgate.
- McLuhan M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Posner R. (2004). Basic Tasks of Cultural Semiotics. In: Gloria Withalm and Josef Wallmannsberger (eds.), Signs of Power – Power of Signs. Essays in Honor of Jeff Bernard. Vienna: INST. P. 56-89.
- Urry J. (2007). Mobilities. Oxford: Polity Press.
- Wit H. de (2020). Internationalization of higher education. *Journal of International Students*. No. 10(1): i-iv. DOI: 10.32674/jis.v10i1.1893.
- Wit H. de, Hunter F. (2015). The future of internationalization of higher education in Europe. *International Higher Education*. Vol. 83. P. 2-3. DOI: doi.org/10.6017/ihe.2015.83.9073.

## ■ ■ ■ Virtual Internationalization as a New Form of Communication Between University and Foreign Students During the Global Pandemic

**Spicheva D.I., Sviridova D.Y.**

National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia.

**Abstract.** This article introduces an original methodological approach to determining and creating mental images of the university and the region in which it is located for foreign students and enrollees. This approach is based on methodology of determining cultural artifacts, concepts and constants that may become the base for the digital visualization of the region's (in which the university is located) cultural environment. Mental images created using this methodology are the foundation for the new form of communication that is the basis of the "virtual internationalization". In the article we justify the idea that in the process of globalization - that was heavily influenced by the pandemic – universities can provide unique experiences in exploring culture, history and everyday life of a foreign country or a different region. It is this very experience that motivates enrollees in their choice of studying at a foreign university, and this is why it can be considered the driving force of internationalization, the importance of which for the university's reputation is not diminished by the pandemic.

**Keywords:** virtual internationalization, university, pandemic, visual imagery, mental image, visualization, globalization, communication, internet

*For citation:* Spicheva D.I., Sviridova D.Y. (2021). Virtual internationalization as a new form of communication between university and foreign students during the global pandemic. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 4. P. 124-134. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-4-124-134.

*Inf. about the authors:* Spicheva Dina Ivanovna – CandSc (Philos.), associate professor at the Department of advertising and public relations at the faculty of psychology of the National Research Tomsk State University; Sviridova Diana Yurievna – graduate student of the National Research Tomsk State University. *Address:* 634050, Russia, Tomsk, Lenin av., 36. *E-mail:* speicheva@mail.ru.

*Received:* 28.10.2021. *Accepted:* 08.12.2021.

## References

- Astafieva O.N. (2016). National and cultural identity in the context of globalization: a complex vector of development. *Vestnik MGUKI*. No. 5(73). P. 32-41 (In Rus.).

- Baudrillard J. (2006). Consumer society. Its myths and structures. M.: Cultural revolution; Republic. P. 251-264 (In Rus.).
- Beregovaya O.A., Kudashov V.I. (2019). Internationalization of higher education in the context of globalization. *Prospects for Science and Education*. No. 3(39). P. 31-43 (In Rus.).
- Harari M. (1989). Internationalization of higher education: Effecting institutional change in the curriculum and campus ethos (Occasional report series on the internationalization of higher education). Long Beach: Center for International Education, California State University.
- Knight J. (2004). Internationalization Remodeled: Definition, Approaches, and Rationales. *Journal of Studies in International Education*. Vol. 8, Issue 1. P. 5-31.
- Larsen J., Urry J., Axhausen K. (2006). *Mobilities, Networks, Geographies*. Hampshire, U.K., and Burlington, VT: Ashgate.
- Lotman Yu.M. (1970). Papers on the typology of culture: materials for the course of the theory of literature. Issue 1. Tartu (In Rus.).
- Lotman Yu.M. (1992). Symbol in the system of culture. In: Lotman Yu.M. Selected papers. Vol. 1. Tallinn. P. 191-199 (In Rus.).
- Matuzkova E.P. (2014). Cultural identity: towards the definition of the concept. *Bulletin of the Baltic Federal University. Series: Philology, Pedagogy, Psychology*. No. 2. P. 62-68.
- McLuhan M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- McLuhan M. (2004). *Gutenberg's Galaxy: The Creation of Human Printed Culture* (transl.). Kiev: Nika-Center (In Rus.).
- Posner R. (2004). Basic Tasks of Cultural Semiotics. In: Gloria Withalm and Josef Wallmannsberger (eds.), *Signs of Power – Power of Signs. Essays in Honor of Jeff Bernard*. Vienna: INST. P. 56-89.
- Stepanov Yu.S. (2001). Constants. Dictionary of Russian culture. M.: Academic project.
- Urry J. (2007). *Mobilities*. Oxford: Polity Press.
- Utkin A.I. (2003). *Globalization: Process and Reflection*. M.: Eksmo.
- Wit H. de (2020). Internationalization of higher education. *Journal of International Students*. No. 10(1): i-iv. DOI: 10.32674/jis.v10i1.1893.
- Wit H. de, Hunter F. (2015). The future of internationalization of higher education in Europe. *International Higher Education*. Vol. 83. P. 2-3. DOI: doi.org/10.6017/ihe.2015.83.9073.