

УДК 378.2 (Подготовка научных кадров)

МОДЕЛЬ ЦИФРОВОГО ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА И ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ЕГО ОЦЕНКИ КАК КОМПОНЕНТЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

© 2025 Т.А. Бусыгина

*Бусыгина Татьяна Александровна, кандидат психологических наук,
доцент кафедры педагогики и психологии*

E-mail: psipraxis@mail.ru

Самарский государственный социально-педагогический университет
Самара, Россия

Статья поступила в редакцию 12.05.2025

В статье анализируется цифровой имидж преподавателя вуза как социально-психолого-педагогический конструкт, отражающий профессиональную идентичность в цифровых средах. Рассмотрены структурные компоненты модели цифрового имиджа преподавателя, разработана авторская методика его оценки. Интеграция трех уровней в единую модель создает системную основу для формирования цифрового имиджа преподавателя вуза, где профессиональное содержание, коммуникативные стратегии и технологические компетенции находятся в диалектическом единстве. Подчеркивается необходимость конгруэнтности цифровой репрезентации и визуально-личностной аутентичности для эффективной педагогической онлайн-коммуникации. Реализация данной модели может способствовать не только укреплению индивидуального профессионального бренда преподавателя, но и повышению эффективности педагогического взаимодействия в цифровой среде, формированию доверительных отношений со студенческой аудиторией и укреплению корпоративного имиджа образовательного учреждения в целом. Особую значимость предложенная модель приобретает в контексте современных условий цифровой трансформации образования, требующих от преподавателей высшей школы осознанного конструирования своей профессиональной имиджевой репрезентации в цифровом пространстве.

Ключевые слова: профессиональная идентичность преподавателя вуза, цифровой имидж преподавателя вуза, цифровая компетентность преподавателя, педагогическое общение в цифровых средах, профессиональная репутация, корпоративный имидж вуза

DOI: 10.37313/2413-9645-2025-27-102-21-32

EDN: EDNYQC

Введение. В условиях цифровой трансформации образования имидж преподавателя вуза приобретает новые измерения, выходящие за рамки традиционного педагогического взаимодействия. Проблематика исследования цифрового имиджа преподавателя вуза, отражающего личный бренд и укрепляющего корпоративный бренд вуза, все чаще появляется на страницах научных журналов и в практике работы. На данный момент официальное требование вести экспертные онлайн-профили отсутствует, но озвучиваются настоятельные рекомендации осваивать профессию научпоп-блогера и освещать события в вузе, делиться интересными научными фактами. Умение адаптировать учебный процесс к потребностям студентов, внедрение инновационных методов преподавания и использование цифровых технологий становятся все более актуальными. Коммуникативный подход акцентирует внимание на эффективном педагогическом общении, как в очном формате, так и в цифровых средах. В этом контексте педагог создает информационное пространство, которое способствует восприятию и усвоению учебного материала, а также укреплению педагогического авторитета в силу значимости этого аспекта для современных студентов. Проявленность имиджа преподавателя вуза и доступность для оценки становится возможной на открытых цифровых образовательных площадках.

История вопроса. Особенности имиджа преподавателя вуза в цифровом пространстве рассматривается в исследованиях таких авторов, как Н.В. Горбунова, И.А. Лапшова, Л.К. Лободенко, Н.А. Лободенко, Н.П. Цырикова, К.С. Окрут, Д.Н. Недбаев, С.В. Недбаева, С.Э. Искоянц, А.Б. Череднякова, Т.Е. Исаева, Г.С. Тимохина, О.И. Попова, Н.Б. Изакова и Л.Е. Хрустова и др. Практический аспект реализации поддерживается в Совете учителей-блогеров Министерства просвещения РФ.

Л.К. Лободенко, Н.П. Цырикова, А.Б. Черднякова, Н.А. Лободенко поднимают актуальную проблему самопрезентации имиджа преподавателя вуза на различных имиджеформирующих цифровых площадках, к которым относятся корпоративные сайты университетов и других учебных заведений, профессиональные и личные аккаунты, группы профессиональных сообществ в социальных сетях, различные telegram-каналы, онлайн-выступления на конференциях различного уровня, присутствие педагога в материалах СМИ и прочих ресурсах, которые в комплексе оставляют цифровой след, влияющий как на индивидуальный имидж преподавателя, так и на корпоративный имидж вуза. Авторы разработали масштабную модель формирования имиджа педагога в цифровом информационно-коммуникационном пространстве, инновационным аспектом которой является содержательно-функциональный модуль и его развитие [Лободенко Л.К. и др., с. 40].

О.А. Тетцоева, Е.М. Тетцоева сформулировали требования к имиджу преподавателя высшей школы в условиях новой цифровой реальности, определили этапы формирования имиджа, которые состоят из выявления ожиданий целевой аудитории, сильных и слабых сторон с учетом удовлетворения потребностей ЦА, разработки имиджа, соответствующая ожиданиям студентов и административного аппарата [Тетцоева О.А., с. 227].

Обозначенные тенденции соответствуют духу времени, могут способствовать развитию новых аспектов идентичности педагога и его успешному взаимодействию со студентами. Преподаватели с инновационным подходом, бесспорно, завоевывают внимание студентов, повышая мотивацию обучения и эффективность усвоения знаний. Но в данном контексте важно учесть возрастные особенности профессорско-преподавательского состава и сложности в освоение онлайн-технологий, предложить меры поддержки для адаптации к изменениям в образовательных технологиях и при разработке современных курсов, привлекая дополнительные ресурсы. В своей монографии «Имидж преподавателя вуза» автор статьи делает акцент на социально-психологическом аспекте восприятия преподавателя студентами, опираясь на многолетний опыт имидж-терапевтической работы с преподавателями, экспертами-наставниками, исследование проблем невротизации и эмоционального выгорания педагогов высшей школы, которые привели к выводу о том, что отправной точкой модели развития педагога является его Я-концепция, индивидуально-психологические особенности, экзистенциальные ценности, а уже другим этапом – гибкое соединение с ожиданиями современной студенческой аудитории [Бусыгина Т.А., с. 106].

В своем исследовании Ю.Ю. Александрова, Н.Н. Карловская, Н.С. Пряжников акцентируют внимание на трех парадоксальных аспектах частого несовпадения имиджа специалиста и его идентичности: 1) несовпадение собственных представлений работника и мнения окружающих о его имидже; 2) возможное противоречие между имиджем, основанным на деловых (сущностных для данной работы) достижениях, и имиджем, основанным на сопутствующих (внешних, «декоративных» по отношению к данному труду) достижениях; 3) неоднозначная (непрямолинейная) динамика имиджа специалиста. [Александрова Ю.Ю., с. 38]. Нам импонирует позиция исследователей, поскольку автор статьи неоднократно выступал экспертом в тематических обучающих мероприятиях и непосредственно в процессе концептуальной разработки и визуального оформления цифрового имиджа наставников, продвижении в цифровом пространстве. При построении цифрового имиджа на начальном этапе важно определить и ответить на вопросы:

1. Значимые аспекты вашей идентичности, ответы на вопросы: «Кто Я», «Какой Я».
2. Для каких целей работает ваш имидж?
3. Какую роль будет отражать контент и габитарный образ? Обратите внимание на возможные противоречия тематики материала и визуального образа.
4. На удовлетворение каких потребностей целевой аудитории должен быть направлен ваш контент, ваш имидж чтобы отвечать ожиданиям и вызывать доверие?
5. На удовлетворение каких потребностей направлен ваш контент и ваш образ в реальном пространстве?
6. Какие личные, профессиональные качества, ценности вы хотите транслировать окружению, чтобы вызывать доверие и уважение?
7. Какие личные, профессиональные качества, ценности передает ваш внешний (габитарный) имидж и контент по факту?

8. Какое послевкусие оставляет ваш образ (комфорт, радость, дружелюбие, грусть, собранность, бунтарство, креатив, давление, влечение, безопасность, вдохновение, четкость, эмоциональность, власть, перспективность, продвинутость, направленность на инновации, глубина подхода) и пр.

9. Существует ли конфликт между тем, что я думаю о себе, что хочу транслировать и тем, что транслирую в реальности? Решает ли ваш имидж поставленные задачи?

При выходе в онлайн пространство очень важно проработать психологический портрет целевой аудитории, а также особенности самопрезентации.

И.А. Лапшова отмечает, что важнейшей целью формирования имиджа преподавателя является сформированный репутационный капитал, который, в свою очередь, может служить эффективным инструментом продвижения образовательных услуг вуза, а также самого преподавателя в научных и профессиональных кругах [Лапшова И.А., с. 76].

Л.Е. Хрустова, изучая проблему формирования имиджа преподавателя вуза в условиях развития цифровых технологий, указывает на тенденцию изменений ожиданий студентов относительно взаимодействия с преподавателями и подчеркивает важность личного брендинга и профессиональной репутации в образовательной среде. В современном контексте преподаватель воспринимается не только как носитель и транслятор специализированных знаний, относящихся к конкретной дисциплине, но и как консультант в профессиональной области, куратор и пример для подражания в достижении карьерных успехов. В этой связи имидж преподавателя и инструменты его формирования становятся ключевыми аспектами педагогической деятельности в высшем образовании [Хрустова Л.Е., с. 158].

Г.С. Тимохиной предложена модель цифрового имиджа преподавателя вуза, включающая в себя системообразующие компоненты: базовую (интегративное качество личности), инструментальную (продвижение и трансляция имиджа). Необходимость актуализации инструментальной составляющей цифрового имиджа в виде цифровой компетентности связана с тем, что «среда обитания» поколения Z сместилась в информационное пространство, например, перед началом предметного курса составляют мнение о преподавателе на основании своего мониторинга его активности в цифровой и интернет-среде. Для студентов наиболее важными в структуре имиджа преподавателя являются его профессиональные качества, индивидуально-личностные характеристики, практический опыт и цифровая компетентность, также респонденты обозначают: «...необходимость активного ведения педагогами аккаунтов в социальных сетях для продвижения своих разработок, программ, авторских курсов и делового имиджа, расположения студентов к себе как личности и взаимодействия с ними, распространения важной информации и оказания нужного воздействия на подписчиков...» [Тимохина Г.С., с. 628].

Н.В. Горбунова и Е.В. Вовк также выделяют «цифровую» компетентность как базовый канал трансляции имиджа педагога высшей школы [Горбунова Н.В., с. 302].

К.С. Окрут рекомендует преподавателям проявлять «...функции персонального бренда...через социальные сети, где преподаватель может продвигать собственный имидж через экспертные мнения, профессиональные рекомендации, выражение личной позиции по отношению к важным социальным событиям, обзоры, фотографии (родные, коллеги, фотографии с различных профессионально значимых событий), видео-лекции, сторителлинг (рассказы о вещах, которые вдохновляют, мотивируют или, наоборот, рассказы о чем-то «закулисным», но что может быть интересно целевой аудитории)...» [Окрут К.С. с. 34].

Также группа исследователей (Д.Н. Недбаев, С.В. Недбаева, С.Э. Искоянц) в структуре имиджа преподавателя высшей школы выделяют: личностные характеристики (эмоционально-волевые качества, нравственные и коммуникативные качества); профессиональные качества (когнитивные качества, творческий подход к работе); визуальные проявления (обаяние, аккуратность, хорошие манеры, выразительная речь). Авторы отмечают значимость цифровых имидж-формирующих каналов. Разнообразие средств информационно-коммуникационных технологий, доступных преподавателям, открывает новые возможности для поддержки студентов на протяжении всего учебного процесса по дисциплине. К таким средствам относятся электронная корпоративная почта образовательного учреждения, страницы в социальных сетях, создаваемые преподавателями, а также чаты на образовательных платформах и аналогичные инструменты. Важно, чтобы преподаватель тщательно проду-

мывал содержание информации и этическое послание, стремясь поддерживать положительный настрой студентов на взаимодействие с ним [Недбаев Д.Н., Недбаева С.В., Искоянц С.Э., с. 42].

Экспериментальное исследование мнений студентов об имидже современного преподавателя М.А. Лукашенко, А.А. Ожгихиной выявило приоритетные для студентов аспекты личной и профессиональной идентичности, отражаемые в имидже педагога: экспертные знания, коммуникативная компетентность, владение педагогическими технологиями. Высокие оценки получают преподаватели, использующие ИКТ, онлайн-обучение в форматах вебинаров, видеоконференций, геймификацию в форме сторителлинга, кейсов, деловых игр и пр. Также авторы отмечают значимость развитого эмоционального интеллекта, стрессоустойчивость, умение конструктивно разрешать конфликтные ситуации во время проведения занятий. Анализ блока вопросов о социальных сетях показал, что 30% студентов ищут информацию о преподавателях в социальных сетях, 42% подписываются на посты своих преподавателей и регулярно их читают [Лукашенко М.А., Ожгихина А.А., с. 46-56].

Считаем важным обозначить «болевым» аспект в современном образовательном процессе, когда конкурентом за внимание студентов становится мобильный телефон с мессенджерами и «эндорфиновым» видео-контентом, в котором проживается часть жизни современного человека, становясь фактором зависимости. Но при этом мы можем посмотреть на данный триггер как на источник ресурса для повышения учебной мотивации и создания авторитета современного педагога, у которого хочется учиться. Одним из возможных решений может быть интеграция практических кейсов и примеров из реальной жизни в учебный процесс, иллюстрация научных концепций примерами из актуальных фильмов, разбор продуктивных и непродуктивных рабочих ситуаций опытных коллег, анализ междисциплинарных исследований, рекомендаций научных блогеров, хедлайнеров всероссийских онлайн-форумов и конференций, а также подача в формах, свойственных цифровой среде – инфографика, геймификация, видео и пр. Также полезно создавать пространство для обсуждения, где студенты могут делиться своим опытом и задавать вопросы. Кроме того, преподаватели могут использовать методики активного обучения, такие как деловые игры или проектные работы, чтобы вовлечь студентов и сделать обучение более интерактивным и решающим будущие профессиональные задачи. Преподаватель, транслирующий инновационность, связь с реальной профессиональной практикой, вызывает огромное уважение и доверие.

О.Л. Малышева в своем исследовании отмечает, что современные преподаватели все чаще сталкиваются с проблемой погружения в цифровой мир, клипового мышления, ставшего характерным для молодежи, поэтому «...преподаватель должен быть на «ты» со Всемирной сетью, которая стала обыденным ареалом обитания молодежи...» [Малышева О.Л., с. 409]. Значимым фактором имиджа преподавателя является умение адаптировать методы обучения с помощью триггеров внимания целевой аудитории студентов. Это могут быть короткие и информативные видеоролики, реальные примеры, интересные факты из жизни ученых и общественных деятелей.

Обобщая взгляды ученых и собственный научно-практический опыт, мы предлагаем следующую дефиницию цифрового имиджа преподавателя вуза.

Цифровой имидж преподавателя вуза — сложный социально-психолого-педагогический конструкт образа преподавателя вуза в цифровых средах, отражающий оперативно считываемые особенности профессиональной идентичности и компетентности, индивидуально-личностные качества, влияющие на доверие, мотивацию, взаимодействие со студентами и профессиональными сообществами, на расширение возможностей онлайн-просвещения и обучения, укрепляющий личный бренд преподавателя и вуза в целом.

Методы исследования. В представленном исследовании цифрового имиджа преподавателя высшей школы был применен комплекс взаимодополняющих методов, позволяющих обеспечить всесторонний анализ изучаемого феномена. Методологическая база исследования включает как теоретические, так и эмпирические подходы, что соответствует современным требованиям к научным исследованиям в области психологии.

Теоретический анализ выступил фундаментальной основой исследования. В ходе работы был осуществлен системный анализ научной литературы, охватывающей проблемы цифрового имиджа, профессиональной идентичности и самопрезентации в цифровой среде. Проведенная систематиза-

ция существующих подходов позволила выявить ключевые тенденции в изучении цифрового имиджа преподавателя и определить исследовательские лакуны, требующие дальнейшего изучения.

Метод моделирования занял центральное место в исследовательской работе. На основе теоретического анализа была разработана оригинальная трехуровневая модель цифрового имиджа преподавателя вуза, включающая профессиональный, коммуникационный и цифровой уровни с выделением десяти интегральных критериев. Данная модель представляет собой системное видение структуры цифрового имиджа, где каждый уровень выполняет специфическую функцию в формировании целостного профессионального образа в цифровой среде.

Разработка диагностического инструментария стала важным этапом исследования. На основании предложенной модели был создан оригинальный диагностический инструмент – методика оценки цифрового имиджа преподавателя вуза. Методика включает балльную систему оценки (0-3) по каждому из десяти критериев, алгоритм интерпретации результатов, рекомендации по визуализации данных, формулу расчета процентного выполнения по всем критериям

Особое значение имела операционализация ключевых параметров цифровой профессиональной идентичности, что позволило перевести теоретические конструкции в плоскость практической диагностики. Разработанный инструмент отличается комплексным характером, охватывает как содержательные (профессиональные), так и процессуальные (коммуникативные и технологические) аспекты цифрового имиджа.

Применение указанных методов обеспечило научную обоснованность полученных результатов и позволило достичь поставленных в исследовании целей.

Результаты исследования. На основании системного анализа современных научных разработок в области цифровой психологии и педагогики, педагогической имиджологии и маркетинговой практики продвижения экспертов-наставников мы разработали и построили теоретическую модель цифрового имиджа преподавателя вуза, состоящую из трех уровней и 10 критериев. Предлагаемая модель представляет собой системную организацию цифровой репрезентации преподавателя, где каждый уровень выполняет специфическую функцию в формировании целостного профессионального образа в цифровой среде.

Таб. 1. Модель цифрового имиджа преподавателя вуза
(Model of the digital image of a university teacher)

Уровни	
Критерии	1. Профессиональный уровень
	Профессиональная компетентность
	Доверие к экспертизе
	Корпоративная вовлеченность
	Экзистенциальные ценности
	2. Коммуникационный уровень
	Аутентичность образа
	Коммуникативная компетентность
	Партнерское взаимодействие
	Креативность в подаче контента
3. Цифровой уровень	
Цифровая компетентность	
Цифровая экологичность	

Фундаментальную основу цифрового имиджа составляет профессиональный уровень, определяющий содержательное-смысловое наполнение. Ключевым критерием данного уровня выступает профессиональная компетентность, проявляющаяся в демонстрации экспертного знания через научные публикации, адаптацию сложного предметного содержания для различных целевых аудиторий, а также в активной исследовательской деятельности. Неотъемлемым компонентом профессионального уровня является доверие к экспертизе, формируемое посредством верификации квалификации через сертификаты, отзывы и рекомендации коллег, а также через поддержание достоверности транслируемой информации. Существенную роль играет корпоративная вовлеченность, выра-

жающаяся в трансляции ценностей вуза, участии в институциональных мероприятиях и развитии коллабораций с профессиональным сообществом. Завершает профессиональный уровень экзистенциальный компонент, отражающий ценностно-смысловые аспекты педагогической деятельности, включая профессиональную миссию преподавателя, связь учебного процесса с решением социально значимых задач и формирование ценностных ориентиров у студенческой аудитории.

Коммуникационный уровень модели определяет характер взаимодействия преподавателя с цифровой аудиторией и включает четыре взаимосвязанных критерия. Аутентичность образа предполагает сохранение индивидуального профессионального стиля при одновременном поддержании баланса между экспертной позицией и создание образа «доступного профессионала». Коммуникативная компетентность проявляется в ясности и структурированности изложения материала, эффективной организации обратной связи, а также в соблюдении принципов толерантности и корректности онлайн-общения. Партнерское взаимодействие как критерий коммуникационного уровня реализуется через использование интерактивных форматов работы, гибкость в выборе стратегий общения на различных цифровых платформах и оказание поддержки студентам за рамками формальных учебных ситуаций. Особое значение приобретает креативность в подаче материала, выражающаяся в применении нестандартных форматов представления информации, визуализации сложных концепций и готовности к методическим экспериментам.

Технологическую основу цифрового имиджа формирует цифровой уровень, включающий два взаимодополняющих критерия. Цифровая компетентность предполагает владение современными образовательными технологиями, способность работать с актуальными цифровыми форматами и эффективно использовать инструменты онлайн-обучения, адаптировать контент под тренды цифрового образования.

Цифровая экологичность как завершающий критерий модели охватывает этические аспекты онлайн-взаимодействия, включая соблюдение норм цифрового этикета, минимизацию цифровой нагрузки, поддержание баланса между онлайн и офлайн-активностью, а также обеспечение информационной безопасности всех участников образовательного процесса.

Каждый уровень модели выполняет специфическую функцию:

- когнитивную (трансляция профессионального знания и ценностей)
- коммуникативную (установление педагогического контакта)
- технологическую (обеспечение цифровой экологичности)

При опоре на теоретическую модель цифрового имиджа преподавателя высшей школы, включающую три структурных уровня и десять интегральных критериев, нами была разработана методика оценки цифрового имиджа преподавателя вуза.

Методика отражает целостное представление о цифровом имидже как сложном социально-психолого-педагогическом феномене. Каждый критерий имеет четкие индикаторы проявления, также инструмент адаптирован для практического применения в образовательной среде.

Методика включает оценочную матрицу, содержащую 10 базовых критериев, соответствующих 3 уровням модели, 45 конкретных индикаторов, 3-балльную шкалу измерения (0-3), алгоритм интерпретации, предусматривающий расчёт интегрального показателя, определение уровня сформированности цифрового имиджа (4 градации), построение профиля на лучевой диаграмме.

«Методика оценки цифрового имиджа преподавателя вуза»

Уважаемый коллега!

В рамках исследования цифровой трансформации профессиональной идентичности преподавателей вуза на основании обозначенных выше факторов предлагаем диагностический инструмент – «Методика оценки цифрового имиджа преподавателя вуза», который позволяет осуществить рефлексивный анализ цифровой репрезентации вашего профессионального образа в цифровой среде, включая корпоративные образовательные платформы, социальные медиа, специализированные научно-образовательные ресурсы.

Методика направлена на верификацию соответствия цифрового имиджа актуальным профессиональным стандартам, ожиданиям целевых аудиторий (студенты, коллеги, академическое сообщество), принципам цифровой этики.

Научная значимость инструмента заключается в операционализации ключевых параметров цифровой профессиональной идентичности, отраженных в имидже преподавателя, а также возможности динамического мониторинга цифрового следа.

Рекомендуем использовать методику для самоаудита цифрового имиджа, получения обратной связи от студентов, планирования персональной стратегии цифровой репрезентации, научных исследований в области digital-психологии и педагогики. Стоит отметить, что данный инструмент носит рекомендательный характер.

Инструкция:

Оцените себя по каждому критерию от 0 до 3 баллов:

0 – не выполняется

1 – выполняется частично

2 – выполняется, но есть зоны роста

3 – выполняется на высоком уровне

Таб. 2. Бланк методики оценки цифрового имиджа преподавателя вуза (Form of methodology for assessing the digital image of a university teacher)

№	Уровни и критерии оценки	Балл
1.	Профессиональный уровень	
1.	Профессиональная компетентность	
1.1.	Контент разрабатывается под интересы целевой аудитории	
1.2.	Концептуальная подача материала – четкая структура, использование концептуальных моделей и таксономий, акцент как на фундаментальных принципах, так и на инновационных исследованиях Содержание контента отражает высоко квалифицированную авторскую позицию	
1.3.	Экспертный анализ - разбор сложных тем, комментарии к новостям в своей и междисциплинарных сферах	
1.4.	Адаптация профессионального языка под особенности аудитории	
1.5.	Анализ трендов в своей научной области	
2.	Доверие к экспертности	
2.1.	Позитивные отзывы студентов и коллег, благодарности за проведенные курсы – комментарии, скриншоты и пр.	
2.2.	Доказательства экспертизы - ссылки на научные работы, публикации, выступления, сертификаты, награды, патенты, участие в конференциях, упоминания в СМИ или профильных ресурсах.	
2.3.	Открытость к верификации	
2.4.	Репосты и рекомендации экспертов	
2.5.	Достоверность информации в чатах и соцсетях	
	Корпоративная и личная вовлеченность	
3.1.	Трансляция стандартов, традиций, ценностей вуза с сохранением уникальности	
3.2.	Регулярность публикаций и активности	
3.3.	Публикация фото - видеоконтента - занятий со студентами, внутренние и межвузовские мероприятия	
3.4.	Поощрение студенческих инициатив - публикация лучших работ с указанием авторства, помощь в распространении информации о волонтерских проектах студентов	
3.5.	Коллаборации с коллегами в форме совместных эфиров, публикаций, проектов, конференций	
3.6.	Представление интересов вуза на внешних площадках: работа в жюри професси-	

	ональных конкурсов, экспертных и научных советах	
4.	Экзистенциальные ценности	
4.1.	Отражение в контенте своей миссии наставника, связи жизненных смыслов и преподавания	
4.2.	Связь учебных материалов с общечеловеческими ценностями и решением на их основе глобальных задач	
4.3.	Трансляция социальных ценностей (этика, семья, экология, инклюзив, патриотизм, служение, наставничество и пр.)	
4.4.	Контент для ценностного самоопределения студентов	
Итого		
2.	Коммуникационный уровень	
5.	Аутентичность образа	
5.1.	Образ, одежда, речь раскрывают индивидуальные черты личности	
5.2.	Габитарный имидж отражает связь с образом современного наставника, «доступного эксперта», а не «научного небожителя»	
5.3.	Индивидуальный, единый стиль подачи текстовой информации конгруэнтен образу	
6.	Коммуникативная компетентность	
6.1.	Умение ясно и структурно излагать мысли в текстах постов, голосовых смс, подкастах, видео	
6.2.	Четкая артикуляция и выразительная мимика в аудио и видеоформатах	
6.3.	Поддержание обратной связи в комментариях, вопросах, обсуждениях. Корректность, толерантность, тактичность, дружелюбность, чувство юмора в онлайн-общении. Конструктивная реакция на критику, вопросы	
6.4.	Способность признавать ошибки (например, если неточность в посте – исправить и пояснить)	
6.5.	Адекватная реакция с проявлением личных границ при троллинге, хейте	
7.	Партнерское взаимодействие	
7.1.	Использование опросов, тестов, дискуссий в соцсетях или на образовательных платформах.	
7.2.	Гибкость стиля общения в зависимости от онлайн-платформы	
7.3.	Готовность поддержать дополнительными материалами за пределами лекций и семинаров – ответы на вопросы в чатах, рекомендации	
7.4.	Пример собственного непрерывного обучения («осваиваю новую методику ..., давайте вместе разберёмся»).	
7.5.	Сторителлинг – истории, кейсы из личной и вузовской жизни	
8.	Креативность в подаче контента	
8.1.	Вдохновляющий, интересный контент для студентов и коллег с учетом задач ЦА	
8.2.	Форматы: подкасты, эфиры, сторис, рилсы, «кружочки», мемы, разборы фильмов, героев, текстов книг, исследований (уместные в образовательном контексте), разборы видео-экспериментов и пр.	
8.3.	Интеграция знаний из смежных областей, междисциплинарные исследования, соединение различных контекстов	
8.4.	Ссылки на полезные каналы, публикации, ученых, программы, подкасты, эфиры	
8.5.	Готовность экспериментировать с новыми форматами	
Итого		
3.	Цифровой	
9.	Цифровая компетентность	
9.1.	Владение современными технологиями - онлайн-курсы, вебинары, соцсети	
9.2.	Гибкость в подаче материала - видео, инфографика, субтитры в видео, интерактивные форматы. Визуализация сложных тем через схемы, анимации или	

	короткие видео	
9.3.	Использование трендов цифрового образования - AI, геймификация и др.	
10.	Цифровая экологичность и этика	
10.1.	Дозированность контента	
10.2.	Поддержка «цифрового детокса» – напоминания о здоровом балансе онлайн/офлайн через демонстрацию правил коммуникации (ответы в чате, на почте с 8:00 до 16:00 ч., например, и пр.)	
10.3.	Соблюдение этики общения - размещение личных данных студентов, фото, видео, проекты с их участием только при их согласии.	
10.4.	Корректное цитирование и уважение к авторским правам в публикациях.	
10.5.	Минимизация «тяжелого» контента, сжатие файлов	
Итого		

Интерпретация результатов.

Сложите баллы по всем разделам.

Уровни:

110-138 баллов: эталонный цифровой имидж. Преподаватель ведет системную работу по всем направлениям, применяет инновационные подходы, обеспечивает высокую вовлеченность аудитории.

80-109 баллов: сильный цифровой имидж с минимальными зонами роста.

Рекомендации: важно усилить 2-3 слабых фактора, внедрить новые форматы.

45-79 баллов: средний уровень репрезентации цифрового имиджа, рекомендуется проработка ключевых аспектов.

Рекомендации: стоит увеличить долю экспертного контента или взаимодействия с аудиторией.

Менее 44баллов: Низкий уровень цифрового участия.

Рекомендации: необходима комплексная работа над цифровой проявленностью.

Далее можно отметить результаты на лучевой диаграмме с 10-ю осями.

Формула для % показателя по каждому фактору = (ваш балл: макс. балл) x100

Таб. 3. Пример заполнения таблицы и расчета % показателя
(Example of filling in the table and calculating the % indicator)

Фактор	Макс. балл	Ваш балл	% выполнения
Профессиональная компетентность	15	12	80
Доверие к экспертности	15	9	60
Цифровая этика	15	14	93

Далее отмечаем на осях данные. Для интерпретации сильных сторон и зон коррекции анализируете диаграмму.

Сильные стороны (близко к краю):

факторы 1, 3, 7, 10 – развивать дальше, делать «визитной карточкой».

Зоны коррекции (близко к центру):

факторы 2, 5, 4 – требуют проработки.

Предложенные критерии служат инструментом формирования релевантного цифрового имиджа преподавателя, оптимизирующего профессиональную коммуникацию в образовательных цифровых средах. Ключевым аспектом является поддержание аутентичности и конгруэнтности цифрового от-

ражения личности, что обеспечивает установление доверительных отношений со студентами, коллегами, профессиональным сообществом. Сильный цифровой имидж сочетает проявленность высокого профессионализма и индивидуальности.

Полученные данные могут быть использованы для разработки программ психологического сопровождения цифровой профессиональной самопрезентации преподавателей высшей школы.

Выводы. Таким образом, для обоснования влияния цифровой компетентности на имидж педагога, выделение её в самостоятельную категорию, имеющую реальный научный вес, необходимо развивать инфраструктуру для интеграции цифровых решений в образовательный процесс, включая техническое обеспечение, создание условий для постоянного профессионального роста педагогов. Только при комплексном подходе к внедрению цифровых технологий можно ожидать реального улучшения качества образования и говорить о цифровом имидже преподавателя. На данный момент мы можем лишь констатировать тенденцию научного познания в направлении изучения «цифровой» составляющей имиджа преподавателя. основополагающими условиями работы с имиджем преподавателей вузов являются его потребность в проявленности во внешней среде и конгруэнтном считывании студентами его идентичности – как личной, так и профессиональной; в личностно-ориентированном контакте со студентами, осознание необходимости в этом процессе, интерес к себе как к развивающемуся профессионалу, получение знаний в сфере имидж-технологий, понимание ожиданий студенческой аудитории и гармоничное сочетание с аспектами своей индивидуальности.

Целенаправленная работа по формированию имиджа педагога, заполнение профилей, аккаунтов, проработка контента, онлайн коммуникация, учёт специфических требований к ведению профессиональной жизни современного преподавателя высшей школы и к её грамотному отражению в цифровом информационно-коммуникационном пространстве является одним из значимых аспектов проявления профессиональной идентичности. Имиджево-репутационные характеристики, отраженные в личном бренде преподавателя как эксперта на цифровых площадках, укрепляют как корпоративный имидж вуза, так и имидж образовательной системы в целом.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение социально-перцептивных аспектов цифрового взаимодействия студентов и преподавателей, стратегии самопрезентации в зависимости от типа профессиональной идентичности, психологических рисков и ресурсов цифровой самопрезентации и др.

Литература:

1. Александрова, Ю. Ю. Имидж специалиста: парадоксы профессиональной идентичности / Ю. Ю. Александрова, Н. Н. Карловская, Н. С. Пряжников // Вестник Омского университета. Серия: Психология. – 2023. – № 3. – С. 38-47. – DOI 10.24147/2410-6364.2023.3.38-47. – EDN UEXYTB.
2. Бусыгина, Т. А. Имидж преподавателя вуза: социально-психологическое исследование. Монография / Т. А. Бусыгина. – Самара: Изд-во Самарского научного центра Российской академии наук, 2018. – 210 с.
3. Горбунова, Н.В. Особенности цифрового имиджа педагога высшей школы / Н.В. Горбунова, Е.В. Вовк // Мир науки, культуры, образования. – 2023. – № 2 (99). – С. 302-304.
4. Лапшова, И. А. Имидж как составляющая профессиональной компетентности современного преподавателя / И. А. Лапшова, В. А. Лапшин, М. А. Джамалханова // Проблемы современного педагогического образования. – 2023. – № 79-4. – С. 76-79. – EDN RTUUCN.
5. Лободенко Л.К., Цырикова Н.П., Череднякова А.Б. Формирование имиджа преподавателя вуза в цифровом информационно-коммуникационном пространстве // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». – 2022. – Т. 14. – № 4. – С. 40–55. – DOI: 10.14529/ped220404.
6. Лукашенко, М.А., Ожгихина, А.А. Имидж преподавателя вуза: мнения и приоритеты студентов // Высшее образование в России. – 2019. – Т. 28. – №1. – С. 46-56. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-1-46-56>.
7. Малышева, О. Л. Профессиональный имидж современного преподавателя высшей школы / О. Л. Малышева // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2021. – Т. 21. – № 4. – С. 407-412. – DOI 10.18500/1818-9601-2021-21-4-407-412. – EDN ENTOOE.
8. Недбаев, Д. Н. Имидж преподавателя высшей школы: психология создания и продвижения / Д. Н. Недбаев, С. В. Недбаева, С. Э. Искоянц // Norwegian Journal of Development of the International Science. – 2022. – № 99. – С. 36-44. – DOI 10.5281/zenodo.7495046. – EDN PPDXEM.
9. Окрут, К. С. Персональный бренд преподавателя в цифровую эпоху / К.С. Окрут // Экономика. Бизнес. Право. – 2020. – № 5. – С. 34.

10. Тетцоева, О. А. Формирование имиджа преподавателя вуза в новой образовательной среде / О. А. Тетцоева, Е. М. Тетцоева // Вестник университета. – 2022. – № 2. – С. 223-230. – DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-223-230. – EDN ISIQVL.
11. Тимохина, Г. С. Моделирование цифрового имиджа преподавателя вуза / Г. С. Тимохина, О. И. Попова, Н. Б. Изакова // Интеграция образования. – 2022. – Т. 26, № 4(109). – С. 613-636. – DOI 10.15507/1991-9468.109.026.202204.613-636. – EDN WTCZIR.
12. Хрустова, Л. Е. Роль формирования имиджа преподавателя вуза в условиях развития цифровых технологий / Л. Е. Хрустова // Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (DHTE 2020): Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 19–21 ноября 2020 года. – Москва: Московский государственный психолого-педагогический университет, 2020. – С. 158-162. – EDN HGPURJ.

A MODEL OF THE DIGITAL IMAGE OF A UNIVERSITY TEACHER AND A DIAGNOSTIC TOOL FOR ITS ASSESSMENT AS COMPONENTS OF THE REPRESENTATION OF PROFESSIONAL IDENTITY IN THE INFORMATION SPACE

© 2025 T.A. Busygina

*Tatiana A. Busygina, Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor of the Department of Pedagogy and Psychology*

E-mail: psipraxis@mail.ru

Samara State University of Social Sciences and Education
Samara, Russia

The article analyzes the digital image of a university teacher as a socio-psychological and pedagogical construct reflecting professional identity in digital environments. The structural components of the model are considered, and the author's methodology for assessing the digital image is developed. The necessity of congruence of digital self-presentation and visual-personal authenticity for effective pedagogical online communication is emphasized. The integration of the three levels into a single model creates a systematic basis for the formation of a digital image of a university teacher, where professional content, communication strategies and technological competencies are in dialectical unity. The implementation of this model can contribute not only to strengthening the individual professional brand of a teacher, but also to improving the effectiveness of pedagogical interaction in the digital environment, forming trusting relationships with the student audience and strengthening the corporate image of an educational institution in the digital environment.

Keywords: professional identity of a university teacher, digital image of a university teacher, digital competence of a teacher, pedagogical communication in digital environments, professional reputation, corporate image of a university

DOI: 10.37313/2413-9645-2025-27-102-21-32

EDN: EDNYQC

References:

1. Aleksandrova, U. U. Imidzh spetsialista: paradoksy professional'noi identichnosti (The image of a specialist: the paradoxes of professional identity) / U. U. Aleksandrova, N. N. Karlovskaya, N. S. Priazhnikov // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Psikhologiya. – 2023. – № 3. – С. 38-47. – DOI 10.24147/2410-6364.2023.3.38-47. – EDN UEXYTB.
2. Busygina T. A. Imidzh prepodavatelya vuza: sotsial'no-psikhologicheskoe issledovanie. Monografiya (The image of a university teacher: a socio-psychological study) / T.A. Busygina. – Samara: Izd-vo Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk, 2018. – 210 s.
3. Gorbunova, N. V. Osobennosti tsifrovogo imidzha pedagoga vysshei shkoly (Features of the digital image of a higher school teacher) / N.V. Gorbunova, E.V. Vovk // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniia. – 2023. – № 2 (99). – С. 302-304.
4. Lapshova, I. A. Imidzh kak sostavliaiushchaia professional'noi kompetentnosti sovremennogo prepodavatelya (Image as a component of professional competence of a modern teacher) / I. A. Lapshova, V. A. Lapshin, M. A. Dzhamakhanova // Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniia. – 2023. – № 79-4. – С. 76-79. – EDN RTUUCN.
5. Lobodenko, L. K., Tsyrikova, N. P., Cheredniakova, A. B., Formirovanie imidzha prepodavatelya vuza v tsifrovom informatsionno-kommunikatsionnom prostranstve (Formation of the image of a university teacher in the digital information and communication space) // Vestnik IuUrGU. Seriya «Obrazovanie. Pedagogicheskie nauki». – 2022. Т. 14. – № 4. – С. 40–55. DOI: 10.14529/ped220404.
6. Lukashenko, M. A., Ozhgikhina, A. A. Imidzh prepodavatelya vuza: mneniia i priority studentov (The image of a university teacher: opinions and priorities of students) // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2019. – Т. 28. – №1. – С. 46-56. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-1-46-56>.

7. Malysheva, O. L. Professional'nyi imidzh sovremennogo prepodavatelya vysshei shkoly (The professional image of a modern high school teacher) / O. L. Malysheva // *Izvestiia Saratovskogo universiteta. Novaia seriia. Seria: Sotsiologiya. Politologiya.* – 2021. – Т. 21. – № 4. – С. 407-412. – DOI 10.18500/1818-9601-2021-21-4-407-412. – EDN ENTOOE.
8. Nedbaev, D. N. Imidzh prepodavatelya vysshei shkoly: psikhologiya sozdaniia i prodvizheniia (The image of a high school teacher: the psychology of creation and promotion) / D. N. Nedbaev, S. V. Nedbaeva, S. E. Iskoians // *Norwegian Journal of Development of the International Science.* – 2022. – № 99. – С. 36-44. – DOI 10.5281/zenodo.7495046. – EDN PPDJEM.
9. Okrut, K. S. Personal'nyi brend prepodavatelya v tsifrovuiu epokhu (Personal brand of a teacher in the digital age) / K.S. Okrut // *Ekonomika. Biznes. Pravo.* – 2020. – № 5. – С. 34.
10. Tettsoeva, O. A. Formirovanie imidzha prepodavatelya vuza v novoi obrazovatel'noi srede (Formation of the image of a university teacher in a new educational environment) / O. A. Tettsoeva, E. M. Tettsoeva // *Vestnik universiteta.* – 2022. – № 2. – С. 223-230. – DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-223-230. – EDN ISIQVL.
11. Timokhina, G. S. Modelirovanie tsifrovogo imidzha prepodavatelya vuza (Modeling the digital image of a university teacher) / G. S. Timokhina, O. I. Popova, N. B. Izakova // *Integratsiia obrazovaniia.* – 2022. – Т. 26. – № 4(109). – С. 613-636. – DOI 10.15507/1991-9468.109.026.202204.613-636. – EDN WTCZIR.
12. Khrustova, L. E. Rol' formirovaniia imidzha prepodavatelya vuza v usloviakh razvitiia tsifrovyykh tekhnologii (The role of forming the image of a university teacher in the context of the development of digital technologies) / L. E. Khrustova // *Tsifrovaia gumanitaristika i tekhnologii v obrazovanii (DHTE 2020): Sbornik materialov Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem, Moskva, 19–21 noiabria 2020 goda.* – Moskva: Moskovskii gosudarstvennyi psikhologo-pedagogicheskii universitet, 2020. – С. 158-162. – EDN HGPURJ.