

ФУНКЦИИ ЦИФРОВОГО ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Сысоева Елена Юрьевна

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Аннотация: В статье рассматривается проблема необходимости уточнения и обоснования содержательных и функциональных характеристик цифрового имиджа преподавателя. Обосновываются функции цифрового имиджа преподавателя: самопродвижение профессиональных достижений, информационная; коммуникативная; смыслообразующая; предупреждение конфликтов в цифровой среде.

Ключевые слова: цифровизация образования, преподаватель, цифровой имидж, функции цифрового имиджа.

В условиях цифровизации образования преподавателю вуза необходимо находиться не только в состоянии перманентного обновления цифровых ИКТ-компетенций, но и уметь адекватно самопредъявлять свое индивидуальное и профессиональное «я» имиджевой аудитории, заниматься самопродвижением своих научных и профессиональных идей и достижений, создавать позитивный, влиятельный имидж в цифровой среде. Изменения характера, среды, функций деятельности преподавателя вуза в связи с переходом на дистанционный формат в период пандемии вызывает необходимость уточнения содержательных характеристик и функций цифрового имиджа преподавателя. Цифровой имидж преподавателя является частным видом профессионального имиджа, ориентирован на создание положительного впечатления о носителе имидже как о профессионале.

Современный преподаватель вуза находится в условиях жесткой конкуренции в связи с политикой «оптимизации», осуществляемой Министерством образования и науки Российской Федерации. Одна из целей данной политики – сокращение общего числа вузов в стране, что неминуемо приводит к сокращению профессорско-преподавательского состава. Исследователи отмечают уязвимость социально-психологического положения преподавателя вуза: отсутствие навыков конкурентной борьбы за рабочее место, недостаточная правовая грамотность в вопросах взаимодействия с работодателем; уверенность в том, что высокий профессионально-квалификационный статус (ученая степень кандидата или доктора наук) – пожизненная гарантия востребованности в системе высшего образования; наличие значительных теоретических знаний при явной нехватке практического опыта; неумение капитализировать и коммерциализовать свои знания [1]. Названные факторы, влияющие на социально-психологическое благополучие преподавателя, актуализируют необходимость систематизации содержательных и функциональных имиджевых характеристик преподавателя вуза с целью упрочнения и продвижения его профессиональных достижений на рынке труда в условиях цифровизации образования.

Структура имиджа преподавателя вуза в цифровом пространстве рассматривается исследователями по-разному [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7]. Сохраняются традиционные компоненты профессионального имиджа, обусловленные характером и содержанием педагогической деятельности: профессионализм в предметной и психолого-педагогической области; практическая направ-

ленность занятия; этика и культура, нравственность; коммуникативные характеристики (доброжелательность, чувство юмора); способность к саморегуляции. Появляются новые компоненты, связанные с реализацией профессиональной активности преподавателя в цифровой среде. Специфическими чертами цифрового имиджа преподавателя являются: владение информационными технологиями, методикой размещения профессиональных ресурсов в электронной среде; режим общения с аудиторией в виртуальном пространстве [2]; экологичность (соблюдение тайминга, договорённостей, реагирование на просьбы); активность в социальных сетях [4].

Базовые имиджевые характеристики преподавателя вуза могут быть представлены по следующим позициям: преподаватель как исследователь (публикационная активность, гранты); преподаватель как педагог (учебно-методические публикации, разработка авторских курсов); преподаватель как эксперт (членство в экспертных сообществах, бизнес-ассоциациях, диссертационных советах, а также позиции в рейтингах цитирования). Максимальная активность преподавателя в этих видах деятельности определяет профессиональный успех преподавателя. В условиях жесткой конкуренции внутри профессионального сообщества, обусловленной сложившейся ситуацией на рынке образовательных услуг, важнейшей функцией цифрового имиджа становится *самопродвижение своих профессиональных достижений в виртуальном пространстве*. Вместе с тем, в современных исследованиях проблемы выявлено, что данная функция имиджа недостаточно реализуется в цифровой среде, осознанно используют соцсети в целях формирования личного делового имиджа в цифровой среде менее 5 % преподавателей (публикуют фотографии или трансляции своих выступлений перед научным сообществом, регулярно размещают комментарии о научных публикациях на профессиональных интернет-ресурсах, транслируют в соцсети информацию о значимых научных мероприятиях, проводимых на площадках вуза, ведут экспертные блоги [2]).

Важной функцией имиджа является передача константной социальной информации о его носителе [8]. *Информативная функция* цифрового имиджа предполагает, что в цифровом пространстве представлена содержательная информация о направленности и активности преподавателя в профессиональном и социальном мире. Впечатление о преподавателе вуза как о профессионале, содержании и активности его профессиональных, социальных и научных интересах складывается при заочном знакомстве с его публикациями: статьями, монографиями, учебными пособиями; визитной карточкой, представленной на сайте вуза. Важен также анализ участия преподавателя в различных социальных мероприятиях, напрямую не связанных с профессиональной деятельностью. Интерес представляет исследование факторов, влияющих на формирование положительного цифрового имиджа преподавателя, наиболее привлекающих студентов: создание виртуальных площадок для различных студенческих групп (сайты, блоги, wiki-платформы); установление в цифровом пространстве контактов с другими преподавателями и практиками по читаемому курсу; поиск и критическая оценка учебно-методических онлайн-материалов; продуктивный поиск информации в цифровом пространстве; применение доступных возможностей социальных сетей в целях профессионального развития; разработка визуально привлекательных учебных материалов [2; 9].

Коммуникативная функция цифрового имиджа связана с процессуальным компонентом деятельности в цифровой среде, организацией режима и технологий взаимодействия с обучающимися. Важным содержательным аспектом коммуникационной деятельности преподавателя в цифровой среде является его умение придать личностную окраску процессу преподавания,

способность транслировать личностные ценности, гибкость и мобильность в решении проблем. Согласно с позицией исследователя А.С. Роботовой, что «студенты должны чувствовать в словах, переданных электронным способом, живого, размышляющего человека, воспринимающего свою дисциплину как часть сегодняшней быстротекущей жизни, как своего современника» [10]. Интонационная поддержка, диалогичность, четкость, лаконичность, ясность, недвусмысленность вербальных сообщений, позитивность мимики, установление и поддержка адекватного контакта (адресность обращения, Вы-коммуникация, «пристройка наравне» во взаимодействии), проявление внимательности, вежливости и педагогического оптимизма в различных формах вербальной коммуникации являются профессиональной необходимостью, так как, с одной стороны, позволяют утвердить в цифровой коммуникации значимость и неповторимость каждой конкретной личности студента, сохранить коммуникативное равновесие, а с другой, помогают создать условия для формирования заинтересованности содержанием предмета и непосредственным взаимодействием.

Функция трансляции социо-нормативного опыта (смыслообразующая) предполагает адекватное задачам педагогической деятельности самопредъявление своего личного и профессионального «я» в цифровом пространстве. Виртуальная самопрезентация преподавателя в сети Интернет должна способствовать решению профессиональных задач и соответствовать определенным социальным ожиданиям, связанным с восприятием образа педагога, ученого или/и общественного деятеля. Имидж преподавателя – это определенный, эмоционально окрашенный образ педагога, который носит характер стереотипа, то есть устойчивого представления о том, каким должен быть педагог согласно своей профессиональной роли. Психологической имиджевой характеристикой является эталонность – соответствие позитивным социальным ценностям, умение вызывать ощущение «я-хороший». Осуществление культурно-гуманистической функции педагогической деятельности педагогом предполагает, что в собственном речевом поведении и визуальном предъявлении транслируются определенные социокультурные нормы и образцы активности, связанные с совершенствованием и созиданием. По данным исследования К.А. Никитиной, 26% педагогов в вопросе использования ненормативной лексики при общении с людьми или в комментариях в социальной сети считают, что могут выражать свое мнение в любой форме. В то же время у 93% педагогов ученики имеют доступ к их персональной странице в социальных сетях; 87% использует свой аккаунт для работы с обучающимися [11]. Ориентация на свободу самопредъявления своего личного «я» педагогом в социальных сетях должна соизмеряться с чувством ответственности за транслируемые ценности и нормы культуры.

Функция предупреждения конфликтов в цифровом пространстве предполагает, что преподаватель способен прогнозировать и учитывать возможные риски цифровой коммуникации, владеет правилами цифрового этикета и деловой переписки, предпринимает конкретные меры, направленные на снижение эмоционального напряжения, которое возникает при обмене информацией в цифровом пространстве. Соблюдение правил цифрового этикета призвано обеспечить условия осознанного и безопасного поведения индивида в цифровой среде, когда коммуникант уважает цифровое благополучие собеседника вне зависимости от социального статуса последнего. Исследователи проблем поведения педагогов в социальных сетях рекомендуют придерживаться определенных правил с целью профилактики конфликтного взаимодействия с обучающимися: завести преподавателям разные аккаунты для делового и личного общения с

соцсетях; пользоваться настройками приватности (закрывать профиль, в котором есть личные фотографии, включать ограничение на комментарии к фото); не использовать против обучающихся, которые получены из соцсетей; не выкладывать в сеть фото и видео учеников без их разрешения и согласия их родителей; не размещать на своей странице информации, нарушающей моральные и этические нормы; ответственно относиться к содержанию фото-, видеоматериалов (особенно личных); не допускать использования жаргонизмов и нецензурных выражений; дискриминационных или порочащих высказываний [9; 12].

В ходе электронных коммуникаций почти всегда присутствует временная задержка, и «диалог» может затягиваться на длительное время, в результате чего утрачиваются смысловые цепочки, актуальность и значимость передаваемой информации, а в ответ появляется некоторая напряженность в виде тревожного ожидания, рассеянного внимания и постоянного отслеживания реакции [13; 14]. Учитывая эту особенность, преподавателю крайне важно формулировать четкие, ясные послания, стараться избегать приказов, двусмысленностей и иронического подтекста. Рекомендуются не отвечать на письма в эмоционально негативном тоне, так как эмоция проходит, а написанное остается в качестве цифрового следа. Корректировать последствия эмоционального письма сложнее, чем извиняться за слова, высказанные вслух. При этом излишняя вежливость в деловой коммуникации, обилие знаков препинания, излишнее форматирование текста считаются неуместными, так противоречат принципам лаконичности и стандартизованности письменной речевой коммуникации. Важно также соблюдать конвенциональность или принцип договоренности по поводу допустимого времени по обмену сообщениями и определения взаимодобных мессенджеров для коммуникации. С точки зрения цифрового этикета не рекомендуется также использовать в вербальных сообщениях формулировки: «Заранее спасибо», так как это выражение не оставляет шансов партнерам по коммуникации самостоятельно сделать выбор в пользу определенного действия (ожидание только положительного результата развития событий); двусмысленность и пассивно-агрессивная формулировка «Я вас услышал» (остается непонятным есть ли желание продолжать коммуникацию или это окончательное завершение контакта); формулировка «Срочно» содержит скрытый намек на то, что партнер по коммуникации бездействует. Особенно внимательно педагогу необходимо относиться к использованию шрифта «cars lock» в деловой переписке, так как он может восприниматься собеседником как элемент давления, недовольства, проявление враждебности и агрессивности. Позитивный имидж предполагает активно положительную установку на восприятие партнера по коммуникации, умение на вербальном уровне транслировать поддержку, принятие, понимание, владение инструментами и техниками, снижающими возникающее эмоциональное напряжение в цифровой коммуникации. В условиях цифровизации образования имидж преподавателя является важным инструментом безопасного педагогического общения, влияя на становление и развитие системы партнерских и авторитетных отношений в системе «педагог – студент». Важно также способствовать формированию навыков цифровой гигиены у студентов, приобщать их к нормам и правилам цифрового этикета.

Цифровизация образования задает новый вектор активности преподавателю для развития и обогащения своего цифровой имиджа, решения новых профессиональных задач: постоянного обновления ИКТ-компетентности; совершенствования культуры цифровой коммуникации; адекватной самопрезентации в виртуальном пространстве; эффективного продвижения своих

профессиональных достижений; использования системы профилактических мер для преодоления напряжения и конфликтов в цифровой среде.

Библиографический список

1. Ильина, И.Ю. Самомаркетинг как новая адаптационная стратегия преподавателя вуза// Экономика образования. 2016. № 2. С. 54- 63.
2. Лободенко, Л.К. Формирование имиджа преподавателя вуза в цифровом информационно-коммуникационном пространстве / Л.К. Лободенко, Н.П. Цырикова, А.Б. Череднякова, Н.А. Лободенко // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». – 2022. – Т.14. – № 4. – С. 40–55. – Текст: непосредственный.
3. Исаева, Т.Е. Цифровой имидж преподавателя высшей школы: теоретическое обоснование целесообразности создания / Т.Е. Исаева // Общество: социология, психология, педагогика. – 2022. – № 7. – С. 130–138. – Текст: непосредственный
4. Лукашенко, М.А., Громова Н.В., Ожгихина А.А. Цифровой имидж преподавателя предпринимательского университета // Высшее образование в России. 2021. Т. 30. №7. С. 91-104. DOI: 10.31992/0869-3617-2021-30-7-91-5. Лукашенко М.А., Ожгихина А.А. Имидж преподавателя вуза: мнения и приоритеты студентов // Высшее образование в России. 2019. Т. 28. № 1. С. 46-56.
5. Лукашенко, М.А. Имидж преподавателя вуза: мнения и приоритеты студентов / М.А. Лукашенко, А.А. Ожгихина // Высшее образование в России. – 2019. – Т. 28. – №1. – С. 46-56. – Текст: непосредственный.
6. Сысоева, Е.Ю. Специфика цифрового имиджа преподавателя вуза//Инновации в образовании. 2023. №1. С. 97-106. – Текст: непосредственный.
7. Хрустова, Л.Е. Роль формирования имиджа преподавателя вуза в условиях развития цифровых технологий // Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (ДНТЕ 2020): сб. мат-лов Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар.участием. 19-21 ноября 2020 г. / Под ред. М. Г. Сороковой, Е. Г. Дозорцевой, А.Ю. Шеманова. М., 2020. С. 158–162.
8. Цветкова, Е.А. Культурологическая концепция имиджа //Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия: управление в социальных системах. 2016. – .№ 11. С. 91-
9. Панишева, О.В., Логинов А.В. Формирование навыков цифрового этикета у студентов педагогических вузов// Информатика и образование. 2022; 37(1):8–15. DOI: 10.32517/0234-0453-2022-37-1-8-15
10. Роботова, А.С. Преподаватель-гуманитарий в режиме e-Learning: «волнения души» / А.С. Роботова // Высшее образование в России. – 2017. –№ 3 (210). – С. 43–51. – Текст: непосредственный.
11. Никитина, К.А. Этика поведения педагога в социальных сетях / К.А. Никитина // Молодёжь и наука: актуальные проблемы педагогики и психологии. – 2019.– № 4. – С. 101-106. – Текст: непосредственный.
12. Косорукова, А.А. Этика мессенджеров: проблемы эпистолярного общения в контексте развития информационных технологий / А.А. Косорукова // Гуманитарный вестник. – 2018. – вып. 9. – Текст: непосредственный.

13. Щербаков, А. В. Современная электронная деловая переписка в аспекте коммуникативного принципа этичности / А.В. Щербаков // Народное образование. – 2016. – №4-5 (1456). – С. 76-79.

14. Ямщикова, Е.Г. Проблема формирования сетевого этикета и профессионально-этических качеств педагогов в информационной среде / Е. Г. Ямщикова // Человек и образование. – 2017.– № 1 (50). – С. 54-58. – Текст: непосредственный

УДК 796.412

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРЕНИРОВОЧНОГО ПРОЦЕССА ПО ЭСТЕТИЧЕСКОЙ ГИМНАСТИКЕ В ДИСТАНЦИОННОЙ ФОРМЕ

Фирсова Ольга Михайловна

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Аннотация: В статье рассматриваются особенности организации тренировочного процесса по эстетической гимнастике в дистанционной форме. Приведены понятия дистанционного обучения, а также делаются выводы о значимости дистанционного формата проведения занятий с целью непрерывного тренировочного процесса. Приводятся принципы организации тренировочного процесса в дистанционной форме.

Ключевые слова: дистанционное обучение, форма, эстетическая гимнастика, тренировочный процесс.

Современный этап развития экономики поставил перед нами крупные народнохозяйственные задачи, как неотъемлемые, так и перспективные, связанные с цифровизацией, предполагающие подготовку граждан к жизни в условиях информатизированного мирового сообщества. В этих условиях овладение и использование методов и средств дистанционного обучения становятся одним из составляющих профессиональной подготовки любого специалиста, в том числе и в области физической культуры и спорта.

Следует отметить, что нет единого понимания сущности и содержания дистанционного обучения. При этом в настоящее время дистанционное обучения представляется в виде технологий, что закреплено законодательной базой. Так в ст. 32 Закона об образовании упоминается, что к компетенции образовательного учреждения относятся: «использование и совершенствование методик образовательного процесса и образовательных технологий. Под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационных и телекоммуникационных технологий при опосредованном (на расстоянии) или не полностью опосредованном взаимодействии обучающегося и педагогического работника» [1]. Таким образом «образовательное учреждение вправе использовать дистанционные технологии при всех формах получения образования в порядке, установленном федеральным (центральным) государственным органом управления образованием» [2].

Дистанционное обучение как форма строится в соответствии с теми же целями и тем же содержанием, что и очное обучение. Отличие состоит в подаче материала, способах взаимодействия учителя и учащихся между собой. Принципы организации дистанционного обучения