

Роль формирования имиджа преподавателя вуза в условиях развития цифровых технологий

Хрустова Л.Е.

Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0884-2734>; e-mail: LEHrustova@fa.ru

Ключевые слова: имидж преподавателя вуза, преподаватель вуза, цифровизация, роль преподавателя вуза.

Традиционной задачей преподавателя высшего учебного заведения является развитие у студентов профессиональных навыков и компетенций, определяющих возможность их дальнейшего становления в рамках выбранной квалификации. Данное обстоятельство долгое время выступало ключевым фактором, обуславливающим требования, предъявляемые студентами по отношению к преподавателям. Успех и признание педагога зависели в основном от глубины его академического и практического опыта, педагогических способностей и ряда личных качеств, к числу которых можно отнести гуманность, объективность, наличие педагогического такта. Однако трансформация рынка труда и сферы образования, а также повышение степени доступности информации и повсеместная цифровизация приводят к изменению ожиданий студентов в части взаимодействия с преподавателями. Преподаватель представляется не только носителем и транслятором специальных знаний, соответствующих преподаваемой дисциплине, но и своеобразным консультантом в профессиональной сфере, куратором, образцовой моделью достижения карьерных высот. В подобной ситуации особую роль в педагогической деятельности преподавателя вуза начинает играть имидж и инструментарий его формирования.

Целью исследования выступает обоснование роли формирования имиджа преподавателя вуза, а также проблем и возможностей, возникающих в рамках данного процесса в условиях развития цифровых технологий.

Ключевыми факторами, определившими изменение восприятия преподавателя студентами, выступили следующие:

- Увеличение степени доступности профессиональной информации. Развитие электронных ресурсов и библиотек, образовательных платформ и массовых открытых онлайн-курсов, дистанционных технологий обучения предоставило студентам широкие возможности для самостоятельного поиска и усвоения знаний. Традиционная информация,

транслируемая преподавателем, утрачивает свое значение. На передний план выходит понятие жизненного опыта и личностного осмысления передаваемых знаний,

- Изменение требований работодателей по отношению к студентам в части развития *soft skills* («мягких» социальных навыков) и *digital skills* (цифровых навыков). К числу *soft skills* относятся: умение убеждать, находить подход к людям, вести переговоры, работать в команде, находить креативные решения и ряд других. Цифровыми навыками считаются умение обрабатывать большие массивы данных, соблюдение требований информационной безопасности, цифровая культура и др. [6]. Развитие перечисленных навыков требует перестроения процесса обучения, усиления интерактивного формата преподавания, а также предполагает наличие у самих преподавателей высокого уровня развития *soft* и *digital skills*.

- Усиление роли СМИ и социальных сетей в жизни общества и молодежи. Студенты современного поколения полностью погружены в широкое информационное пространство, представленное электронными изданиями, каналами и социальными сетями, что обуславливает возникновение ряда последствий. В первую очередь, студенты ожидают от преподавателей аналогичной степени информированности по обширному кругу вопросов, выходящих за рамки их профессиональной деятельности. Другим проявлением рассматриваемого явления выступает зависимость восприятия студентами преподавателя от его медиактивности. Чем чаще упоминание преподавателя появляется в СМИ различного уровня, тем большим авторитетом пользуется его мнение.

- Усиление тенденции к трансформации образования в сферу оказания услуг. Несмотря на отсутствие целенаправленных намерений по превращению сферы образования в сферу оказания услуг и сопротивление представителей традиционной педагогической школы, увеличение числа студентов, обучающихся на платной основе, а также усиление внимания, уделяемого реализации прав студентов, приводит к возникновению большого количества требований, направленных на удовлетворение запросов обучающихся. Широкое распространение разнообразных систем оценивания преподавателей студентами определяет появление следующей системы приоритетов: сначала необходимо нравиться студентам, а только после этого заботиться об усвоении ими профессиональных знаний.

- Широкие возможности поиска профессиональной и персональной информации о преподавателе в информационной среде. С учетом расширения информационного пространства, а также высокой степени развития социальных сетей, студенты получили возможность находить дополнительную информацию об опыте профессиональной деятельности преподавателя, а зачастую и о его персональной жизни. В определенной

степени данный факт способствовал сокращению социальной дистанции между преподавателем и студентом.

Основными функциями, традиционно реализуемыми преподавателями, являются образовательная, воспитательная, учебно-методическая, организационно-методическая, научно-исследовательская и самообразовательная [4]. Однако с учетом многообразия требований, предъявляемых на современном этапе к преподавателю, можно говорить о выполнении им большого числа функций, не относящихся непосредственно к педагогической деятельности. Так, в литературе выделяются различные позиции преподавателя в процессе взаимодействия со студентами: преподаватель-фасилитатор, преподаватель-консультант, преподаватель-тьютор, преподаватель-модератор, преподаватель-тренер [1]. При этом трактовка указанных терминов варьирует от автора к автору. Следовательно, понимание содержания деятельности преподавателя является крайне неоднозначным.

Преподаватель выступает примером личности, реализовавшей себя в профессиональной сфере. Именно поэтому студенты предъявляют высокие требования к характеру проводимых занятий, ораторскому мастерству педагога, его голосу, жестам, используемым инструментам визуализации и иным проявлениям профессиональных качеств.

Спорным вопросом в настоящий момент является, в том числе, проблема реализации преподавателем воспитательной функции. Ряд авторов высказывают предположение о том, что в условиях системы «образование—сфера услуг» утрачивается необходимость прямого или косвенного участия преподавателя вуза в воспитании студентов. На наш взгляд, с учетом всех перечисленных факторов, определяющих восприятие преподавателя студентами, воспитательная функция педагога в вузе сохраняется и даже усиливается, однако приобретает иное значение. Преподаватель во многих ситуациях становится ориентиром в области профессиональных, моральных, нравственных ценностей.

Обобщение представленных выше аспектов взаимодействия преподавателя и студентов, позволяет утверждать, что на данном этапе развития сферы образования преподавателю вуза недостаточно обладать совокупностью специальных знаний в определенной сфере. Успех его деятельности и достижения им профессиональной реализации во многом зависит от его готовности соответствовать широкому перечню требований, предъявляемых со стороны студентов, и умения построить коммуникацию со студентами. И.Ю. Ильина отмечает, что в условиях ужесточения конкуренции на рынке труда среднестатистический преподаватель становится крайне уязвимым, в связи с чем значимым становится понятие самомаркетинга [2]. Таким образом, высокую роль в де-

тельности преподавателя вуза приобретает необходимость грамотного формирования его имиджа.

Проблеме формирования имиджа преподавателя вуза уделяется серьезное внимание в отечественной литературе. Большое количество авторов пытаются определить основные характеристики и факторы, выявить проблемы, возможности и стратегии, связанные с попыткой создать требуемое восприятие преподавателя студентами. Так, Л.П. Иноземцова выделяет четыре составляющие имиджа преподавателя, которые автор обозначает как фундамент, внешний имидж, внутренний имидж и неосознаваемый имидж. При этом автор утверждает, что формирование имиджа преподавателя высшей школы является сложным многоэтапным процессом, начинающимся от развития у преподавателя интереса к себе и миру и заканчивающимся соблюдением принципа многообразия форм и методов работы по формированию и коррекции имиджа. [3]

По мнению Раздымаха Ю.Ю., имидж преподавателя включает в себя три ключевых элемента: ядро имиджа (природный компонент), внутренний уровень (включающий личностный, поведенческий и профессиональный компоненты), а также внешний уровень (объединяющий визуальный, аудиальный, ольфакторный и ряд других компонентов). Среди факторов, влияющих на имидж преподавателя, автором выделяются профессиональный уровень ППС, содержание преподаваемых дисциплин, методы проведения занятий, техническое и информационное оснащение учебного процесса, учет требований рынка, а также возможность получения навыков практической работы [5].

Несмотря на наличие большого количества научных исследований, посвященных формированию имиджа современного преподавателя, практическому применению изучаемых методов и технологий по-прежнему уделяется несущественное внимание. Многие преподаватели, справедливо предполагая приоритетность профессионализма и опыта педагога по отношению к прочим составляющим, игнорируют необходимость развития имиджа, что негативно сказывается на перспективах образовательной сферы в целом. Студенты, не находя в высшей школе отражения своим ожиданиям, все чаще пропагандируют целесообразность отказа от обучения в вузе в пользу самообразования.

Развитие цифровых технологий способствовало появлению широко и разнообразного инструментария брендинга. Его применение открывает большие возможности в части формирования имиджа преподавателя вуза. Одновременно его существование порождает возникновение дополнительной нагрузки преподавателя, связанной с освоением новых цифровых технологий и их последующим систематическим применением, что выступает значимой проблемой для современной образо-

вательной системы. Можно утверждать, что осознание преподавателем значимости проблемы формирования собственного имиджа является одной из ключевых задач на современном этапе развития образования.

Литература

1. *Витвицкая Л.А.* Позиции преподавателя в процессе взаимодействия со студентами // Вестник Оренбургского государственного университета. — 009. № 9. С. 24–25.
2. *Ильина И.Ю.* Самомаркетинг как новая адаптационная стратегия преподавателя вуза // Экономика образования. 2016. № 2. С. 54–63.
3. *Иноземцева Л.П.* Имидж преподавателя как составляющая его профессиональной личности // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 24. С. 231–232.
4. *Мионов Д.Ф.* Изменение функций преподавателя в современный период // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2012. № 4. С. 152–156.
5. *Раздымаха Ю.Ю.* Имидж преподавателя вуза: основные факторы влияния // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2012. № 1.
6. *Федорова О.В.* Формирование hard skills, soft skills и digital skills у студентов факультета информационных технологий УВО «Университет управления ТИСБИ» // Образовательные технологии и общество. 2018. Т. 21. № 2.

Сведения об авторе

Хрустова Любовь Евгеньевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0884-2734>; e-mail: LEHrustova@fa.ru