



Моделирование цифрового имиджа преподавателя вуза

Г. С. Тимохина¹ ✉, О. И. Попова², Н. Б. Изакова²

¹ Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
г. Москва, Российская Федерация

² Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург, Российская Федерация
✉ galinatimokhina@yandex.ru

Аннотация

Введение. Проблема формирования цифрового имиджа преподавателя объясняется необходимостью повышения эффективного образовательного взаимодействия между студентами и педагогами в условиях цифровизации. Однако практически отсутствуют исследования имиджа преподавателя как системы, а также технологий его моделирования. Цель статьи – представить результаты исследования по моделированию цифрового имиджа преподавателя вуза для принятия решений по управлению цифровым имиджем в образовательном взаимодействии.

Материалы и методы. Вторичные данные получены методами контент-анализа, системной и структурно-функциональной оценки информации; первичные данные – с помощью проведения компаративного маркетингового исследования цифрового имиджа педагога, экспертного опроса. В исследовании приняли участие 400 студентов и 92 преподавателя столичного и регионального университетов. Применялись методы двумерного анализа, многомерного шкалирования, анализа статистически значимых различий посредством t-критерия равенства дисперсий Ливиня для независимых выборок.

Результаты исследования. Предложена модель цифрового имиджа преподавателя вуза, включающая в себя две системообразующие компоненты: базовую и инструментальную с учетом двойной роли элемента «цифровая компетентность». Разработана технология моделирования имиджа. Выявлено, что цифровая компетентность преподавателя является не только элементом в структуре его имиджа, но и транслятором имиджа во внешнюю среду. Именно уровень цифровой компетентности педагога вуза определяет его активность в цифровой и интернет-среде, формирует актуальный цифровой имидж преподавателя в сознании целевой аудитории. По результатам исследования предложены рекомендации по реализации процесса моделирования цифрового имиджа преподавателя вуза. Выявленные различия во мнениях студентов и преподавателей столичного и регионального университетов по исследуемой тематике могут быть обусловлены цифровым неравенством.

Обсуждение и заключение. Авторские выводы вносят вклад в развитие представлений о теоретическом и прикладном аспектах формирования и продвижения актуального имиджа преподавателя вуза. Результаты компаративного исследования помогут преподавателям столичных и региональных вузов дифференцированно и точно принимать решения о формировании и продвижении личного цифрового имиджа.

Ключевые слова: модель цифрового имиджа, цифровая компетентность, студент и преподаватель вуза, образовательное взаимодействие, управление имиджем

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Тимохина Г. С., Попова О. И., Изакова Н. Б. Моделирование цифрового имиджа преподавателя вуза // Интеграция образования. 2022. Т. 26, № 4. С. 613–636. doi: <https://doi.org/10.15507/1991-9468.109.026.202204.613-636>

© Тимохина Г. С., Попова О. И., Изакова Н. Б., 2022



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.



Modeling University Faculty Member's Digital Image

G. S. Timokhina^a✉, O. I. Popova^b, N. B. Izakova^b

^a Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

^b Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russian Federation

✉ galinatimokhina@yandex.ru

Absrtact

Introduction. The discussion of the shaping of a digital image of university faculty member is driven by the need for effective educational interaction between students and faculty in the context of digitalization. However, there are practically no studies of the faculty's image as a system, as well as technologies for modeling the faculty's digital image. The objective of this study is to model faculty's digital image for purposes of decision-making in the process of managing digital image in educational interactions.

Materials and Methods. Secondary data were received through methods of content analysis and systemic and structural-functional evaluation of information. Primary data were obtained through comparative marketing study of faculty's digital image on a sample of 400 students and 92 faculty members of a Moscow-based and a regional university and through an expert survey. Methods of multivariate scaling and analysis of statistically significant differences were also applied.

Results. Novelty of the study lies in incorporating basic and instrumental core components in the model of university faculty's digital image due to a dual role of "digital competence" element. The image modeling technique is also developed. It is noticed that faculty's digital competence is not only an element in the structure of faculty's image, but also a tool that transmits the image to external environment. Based on results of the study, recommendations on implementation of technique of faculty member's digital image modeling are proposed. Revealed differences in opinions of students and faculty of two universities can be attributed to unequal access to digital technologies in different regions.

Discussion and Conclusion. Conclusions made by authors contribute to development of scientific thought on shaping and promotion of university faculty's digital image. Results of the comparative study will enable the Moscow-based and regional universities faculty to differentiate and precisely approach issues of shaping and promoting personal digital image.

Keywords: digital image model, digital competence, university students and faculty, educational interaction, image management

Conflict of interests: The authors declare no conflict of interest.

For citation: Timokhina G.S., Popova O.I., Izakova N.B. Modeling University Faculty Member's Digital Image. *Integration of Education*. 2022;26(4):613–636. doi: <https://doi.org/10.15507/1991-9468.109.026.202204.613-636>

Введение

Проблема формирования цифрового имиджа преподавателя вуза характеризуется высокой степенью актуальности в связи с мощным влиянием процессов информатизации и цифровизации на общественную жизнь и образование. Тема создания и продвижения цифрового имиджа преподавателя вуза в ближайшее время станет архиважной вследствие вклю-

чения в образовательное взаимодействие с преподавателем студентов, относящихся к поколению Z, которых ученые У. Штраус и Н. Хоув рассматривают как «цифровых людей»¹. У такого поколения имеются абсолютно четкие ожидания в отношении имиджа/цифрового имиджа преподавателя вуза в силу того, что в образовательном взаимодействии имидж педагога выполняет функции коммуни-

¹ Strauss W., Howe N. The Fourth Turning: An American Prophecy – What the Cycles of History Tell Us about America's Next Rendezvous with Destiny. New York : Broadway Books, 1997. 382 p. URL: <https://bookshop.org/books/the-fourth-turning-what-the-cycles-of-history-tell-us-about-america-s-next-rendezvous-with-destiny/9780767900461> (дата обращения: 15.11.2021).

кационного сообщения, играет роль посредника, обеспечивающего либо гармонию отношений в системе, либо конфликт. Игнорирование преподавателем требований к формированию имиджа/цифрового имиджа несет в себе риск разрушения образовательного взаимодействия².

Поскольку результат образовательной услуги зависит от усилий и мотивации обеих сторон образовательного взаимодействия, необходимо понимать какие составляющие имиджа педагога представляются важными для участников этого процесса, каким должно быть содержательное наполнение понятий «цифровой имидж» и «цифровая компетентность», их взаимосвязь с точки зрения как цифровых потребителей, так и преподавателей. В научной литературе подходы к определению и пониманию сущности категории «цифровой имидж» являются противоречивыми и дискуссионными. Кроме того, отсутствуют исследования того, как ключевые участники образовательного процесса (студенты и преподаватели) понимают структуру «цифрового имиджа преподавателя», как оценивают его цифровую компетентность и представляют себе продвижение имиджа педагога в цифровой среде.

С нашей точки зрения, изучение и учет мнений студентов и преподавателей в отношении структуры цифрового имиджа педагога, его моделирования, формирования и продвижения должны лежать в основе решений по управлению цифровым имиджем преподавателя вуза. Такой методический подход отражает маркетинговую концепцию взаимоотношения с потребителями, управления имиджем, конкурентоспособностью преподавателя и вуза [1; 2] и становится предметом научного анализа.

Целью настоящего исследования является представление технологии моде-

лирования цифрового имиджа преподавателя вуза для принятия управленческих решений по повышению эффективности образовательного взаимодействия.

Обзор литературы

Тема цифрового имиджа педагога вуза привлекает все большее внимание ученых и изучается в самых разных контекстах. Довольно много исследований посвящено вопросам имиджа преподавателя в образовательной среде без акцента на цифровой компетентности как одного из элементов в структуре имиджа педагога.

Исследователи определяют имидж преподавателя как категорию в самом широком спектре дефиниций, используя разные подходы. На основании функционального и дескриптивного подходов «имидж педагога» описывается и изучается как совокупность профессиональных характеристик [3], как важный аспект профессионализма и определенное средство педагогического воздействия на обучающихся [4], как преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности³, как представление о человеке, сложившееся в индивидуальном и общественном сознании [5] и др. Системный и процессный подходы характеризуют имидж преподавателя как систему представлений о намерениях, мотивах, способностях, установках, ценностных ориентациях и психологических характеристиках преподавателя [5]; систему элементов разного уровня, представленную ядром, внутренним и внешними уровнями [6]; сложный процесс, состоящий из этапов, на которых проявляется интерес преподавателя к себе и миру, формируется и корректируется его образ [3]; образ, который формируется посредством трех этапов: личностного, социального (профессионально-накопительного),

² Попова О. И. Имидж преподавателя вуза в актуальном образовательном взаимодействии : монография. М. : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013. 248 с. URL: https://www.logobook.ru/prod_show.php?object_uid=12562560 (дата обращения: 22.04.2022).

³ Хрустова Л. Е. Роль формирования имиджа преподавателя вуза в условиях развития цифровых технологий // Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (DHTE 2020). Сборник материалов Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием (19–21 ноября 2020 г.). 2020. С. 19–21. URL: https://psyjournals.ru/files/117388/dhte2020_Khrustova.pdf (дата обращения: 22.02.2022).



репутационного⁴; результат образовательного взаимодействия⁵.

Следует отметить большое количество научных статей, посвященных разным аспектам изучения имиджа без относительно объекта либо субъекта исследования [1; 7]. Вместе с этим их результаты позволяют глубже понять сущность этого феномена, факторы, принципы и механизмы формирования имиджа. В исследовании И. А. Муратовой понятие имиджа рассматривается с точки зрения психологического, социологического, экономического, маркетингового и семиотического подходов [8].

Цифровая трансформация образования, многократно ускоренная в период пандемии COVID-19, способствовала росту исследований имиджа преподавателя в контексте цифровой среды [9–11]. Формируется понятийно-терминологический аппарат исследований, основой которых является изучение категории «цифровой имидж преподавателя». Самый простой подход к определению данной категории – это его понимание и изучение на уровне имиджа, создаваемого с помощью цифровых технологий [3]. Более глубокое осмысление понятия позволяет исследователям характеризовать и изучать цифровой имидж преподавателя в качестве полноценного продукта, объекта управления [8], коммуникативного конструкта знаково-символической природы, используемого для воздействия на целевые сегменты посредством публичного капитала [12], фактора капитализации и усиления конкурентных преимуществ преподавателя на рынке образовательных услуг [7; 13]. Большой интерес ученых вызывает исследование категории «цифровая компетентность» преподавателя [7; 14; 15].

Изучению различных аспектов цифрового имиджа преподавателя посвящено достаточное количество зарубежных исследований. В них проводится анализ уровня цифровой компетентности педагогов и обучающихся [16–18], причин дефи-

цита цифровой компетентности, который исследователи объясняют не только технологическим несовершенством инфраструктуры системы образования [16; 19], но и неумением преподавателей интегрировать свой образ в цифровую среду – основу образовательного взаимодействия обучающихся и преподавателей [11; 20; 21]. Зарубежные авторы изучают проблемы позиционирования имиджа преподавателя в сознании студентов – своей целевой аудитории [22], проводят оценку степени формирования цифровых компетенций преподавателей, в том числе компетенций, связанных с обеспечением кибербезопасности при онлайн-обучении [23], рассматривают методические аспекты формирования цифровых компетенций [18; 24; 25].

Среди них выделяются исследования, посвященные формированию имиджа нынешних студентов – будущих педагогов. В частности, ученые анализируют, как студенты – будущие педагоги используют социальные и цифровые медиа для создания и продвижения своего положительного имиджа в сети Интернет и как это повлияет на их взаимодействие с обучающимися в профессиональной деятельности [26]. Они выделяют критерии, показатели и уровни профессионального имиджа будущих педагогов, которые соответствуют ряду составляющих компонентов [27], рассматривают имидж будущего педагога как самопрезентацию, отражающую стереотипы социального поведения [4].

Обзор научной литературы по изучаемой проблематике показывает, что основным предметом исследования является формирование и развитие отдельных элементов в структуре имиджа педагога. При этом недооцениваются возможности построения модели для понимания взаимосвязей между компонентами имиджа преподавателя как системы, моделирования цифрового имиджа педагога, что актуализирует проведение настоящего исследования.

⁴ Popova O., Gagarina N., Minina T. Priority Areas to Ensure Sustainable Development of Educational Exports of Russian Universities in the Context of Digital Transformation (Regional Aspect) // E3S Web of Conferences. 2020. Vol. 208. doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202020809022>

⁵ Попова О. И. Имидж преподавателя вуза в актуальном образовательном взаимодействии.

Материалы и методы

Авторами разработан дизайн теоретического и эмпирического исследования по сбору вторичных и первичных данных.

1. Вторичные данные получены на основе поиска релевантной информации в поисковых базах и системах Emerald, SpringerLink, ScienceDirect, Wiley, Taylor&Francis, De Gruyter, Google Scholar и Яндекс по ключевым словам: имидж преподавателя, имидж педагога, цифровой имидж, цифровой имидж преподавателя, цифровая компетентность, цифровые компетенции, управление личным имиджем.

Сбор, обработка и анализ вторичных данных осуществлялись на основе методов контент-анализа, системной и структурно-функциональной оценки информации.

2. Первичные данные получены на основе проведения компаративного маркетингового исследования цифрового имиджа педагога на выборках студентов и преподавателей Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (РЭУ) и Уральского государственного экономического университета (УрГЭУ), а также на основе экспертного опроса. Актуальность проведения сравнительного исследования заключается в необходимости понимания изучаемого феномена в контексте существующего цифрового неравенства в регионах страны, которое подтверждается статистическими данными [9].

Авторами проведен количественный онлайн-опрос на основе закрытых шкальных (по семибалльной шкале Лайкерта) и полностью неструктурированных вопросов в анкете Google Forms, экспертный опрос.

Минимальный расчетный объем выборки студентов по формуле У. Кокрена с учетом допустимой ошибки 5 % (доверительная вероятность 0,954) составил 397 элементов, преподавателей – 67 элементов. Сформированы выборки, репрезентативные по численности студентов и преподавателей соответствующих вузов: объемы выборок студентов

и преподавателей РЭУ им. Г. В. Плеханова ($n_1 = 264$, $n_2 = 54$ соответственно); объемы выборок студентов УрГЭУ ($n_3 = 136$, $n_4 = 38$ соответственно). Все респонденты были проинформированы об участии в исследовании.

Для анализа и интерпретации результатов исследования применены двумерный анализ, метод многомерного шкалирования, анализ статистически значимых различий между ответами преподавателей и студентов РЭУ им. Плеханова и УрГЭУ посредством t-критерия равенства дисперсий Ливиня для двух независимых выборок в программе SPSS.

Результаты исследования

Модель цифрового имиджа преподавателя вуза (результаты анализа вторичных данных). На основе анализа доступных исследований по темам имиджа, цифрового имиджа, цифровой компетентности, цифровых навыков и компетенций педагога за период с 2012 по 2022 гг. авторами сформирована база знаний об имидже/цифровом имидже преподавателя вуза, что позволило выделить две системообразующие компоненты, выражающие глубинную сущность категории «цифровой имидж преподавателя вуза» как системы: базовую и инструментальную. При этом авторы исходят из следующих посылов.

1. Базовая компонента имиджа преподавателя вуза может быть представлена как интегративное качество личности, структура имиджа, совокупность элементов имиджа, которые по-разному формулируются исследователями феномена «имидж». Имидж преподавателя рассматривается как сочетание интеллектуальной, габитарной, кинетической, речевой, средовой и артистической культур⁶, как аудиовизуальная культура личности, стиль поведения, внутренняя философия, атрибуты, подчеркивающие статус и притязания личности; психогигиенический «Я-образ»⁷, как внешний вид, личностные качества, стиль работы со студентами,

⁶ Popova O., Gagarina N., Minina T. Priority Areas to Ensure Sustainable Development of Educational Exports of Russian Universities in the Context of Digital Transformation (Regional Aspect).

⁷ Попова О. И. Имидж преподавателя вуза в актуальном образовательном взаимодействии.



профессионализм, манера речи, компетентность [3] и др. Авторами проанализированы разнообразные подходы к определению структуры имиджа преподавателя вуза и на основании экспертного опроса выделены его элементы: профессиональные качества, индивидуально-личностные характеристики, практический опыт, ученая степень, внешний облик, цифровая компетентность, физическое здоровье. Относительно новым элементом в структуре имиджа является «цифровая компетентность».

2. Добавление к совокупности элементов имиджа преподавателя нового элемента «цифровая компетентность» позволяет расширить базовую компоненту имиджа преподавателя вуза для более полного представления об имидже педагога в условиях онлайн- и офлайн-обучения. Цифровую компетентность преподавателя можно определить как способность применить знания и умения в области цифровых технологий для адаптации процесса обучения к цифровой среде. Цифровая компетентность – это широкое понятие, включающее в себя владение цифровыми компетенциями: набором знаний, умений и навыков преподавателя вуза по работе в цифровой среде и с цифровыми продуктами. Цифровые компетенции можно рассматривать и как формально описанные требования к цифровому поведению преподавателей. Наиболее полно эти требования представлены в Европейской рамке цифровых компетенций для преподавателей и описаны шестью блоками⁸:

- профессиональная вовлеченность (организационная коммуникация, профессиональное сотрудничество, практика рефлексии);
- цифровые ресурсы (выбор ресурсов, создание и редактирование, управление, защита, обмен);
- стратегии оценивания (анализ материалов, обратная связь и планирование);
- преподавание и обучение (профессиональная ориентация, совместное обучение, самоорганизованное обучение);

– расширение возможностей студентов (доступность и инклюзивность, активное вовлечение обучающихся, дифференциация и персонализация);

– развитие цифровых компетенций обучающихся (информационная и медиаграмотность, коммуникация, создание контента, ответственное использование, решение проблем).

3. Инструментальная компонента цифрового имиджа преподавателя может быть представлена его цифровой компетентностью как инструментом формирования и продвижения имиджа. Именно цифровая компетентность преподавателя позволяет ему активно пользоваться цифровыми технологиями, оставлять «цифровой след» в интернет-среде, создавать аккаунты и вести социальные сети и, как следствие, формировать мнение заинтересованных аудиторий о себе.

Таким образом, понятие «цифровая компетентность преподавателя» играет двоякую роль в понимании категории «цифровой имидж преподавателя»: с одной стороны, цифровая компетентность как базовая компонента является элементом в структуре имиджа педагога и означает его способность проектировать и осуществлять образовательное взаимодействие на основе владения цифровыми компетенциями и технологиями; с другой – выполняет коммуникативную роль – является инструментом для продвижения имиджа преподавателя и позволяет эффективно транслировать его стейкхолдерам на рынке образовательной услуги.

Авторами предложена модель цифрового имиджа преподавателя вуза (рис. 1).

Цифровой имидж преподавателя может существовать только в процессе коммуникации и интеракции. Именно инструментальная составляющая цифрового имиджа в виде цифровой компетентности позволяет кодировать и доносить информацию о преподавателе в «среду обитания» поколения Z таким образом, чтобы она правильно интерпретировалась целевыми потребителями образовательных услуг.

⁸ Цифровые навыки и компетенция, цифровое и онлайн обучение [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.readkong.com/page/cifrovye-navyki-i-kompetenciya-cifrovoe-i-onlayn-obuchenie-5748358> (дата обращения 15.02.2022).



Р и с. 1. Модель цифрового имиджа преподавателя вуза

F i g. 1. Faculty member's digital image model

Источник: составлено авторами.

Note: Compiled by the authors.

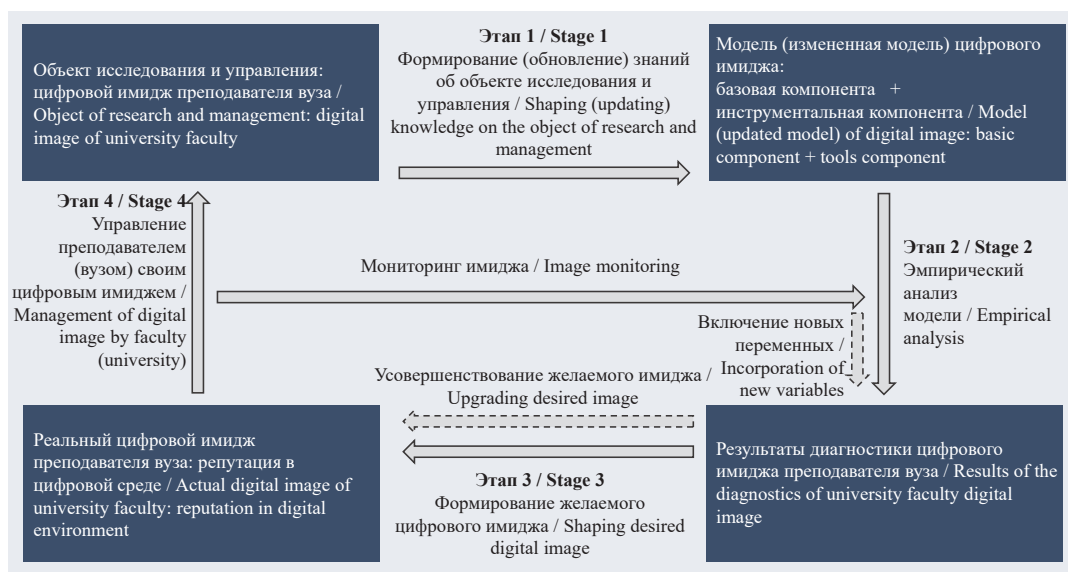
С нашей точки зрения, модель цифрового имиджа преподавателя, с одной стороны, раскрывает сущность данной категории, с другой – выступает объектом управленческой деятельности преподавателя и вуза. На основании теоретического и эмпирического анализа модели «цифровой имидж преподавателя» можно достичь понимания, как смоделировать цифровой имидж преподавателя и управлять им (рис. 2).

Технология моделирования цифрового имиджа преподавателя вуза предполагает прохождение четырех этапов и получение определенных результатов на каждом этапе. Рисунок 2 отражает динамику процесса формирования имиджа

и управления им: сформированный имидж в виде репутации преподавателя в цифровой среде постоянно выступает объектом исследования и диагностики, что позволяет принимать решения по совершенствованию цифрового имиджа и улучшению репутации преподавателя вуза.

Эмпирический анализ модели цифрового имиджа преподавателя. Результаты исследования мнений студентов и преподавателей столичного и регионального университетов в отношении структуры, формирования и продвижения цифрового имиджа педагога вуза представлены в логике модели цифрового имиджа как системы, включающей базовую и инструментальную компоненты⁹.

⁹ Все данные, представленные в таблицах и рисунках, получены авторами на основании онлайн-анкетирования студентов ($n_1 = 264$) и преподавателей ($n_2 = 54$) РЭУ и УрГЭУ ($n_3 = 136$, $n_4 = 38$ соответственно).



Р и с. 2. Технология моделирования цифрового имиджа преподавателя вуза

F i g. 2. The technique of modeling faculty member's digital image

Источник: составлено авторами.

Note: Compiled by the authors.

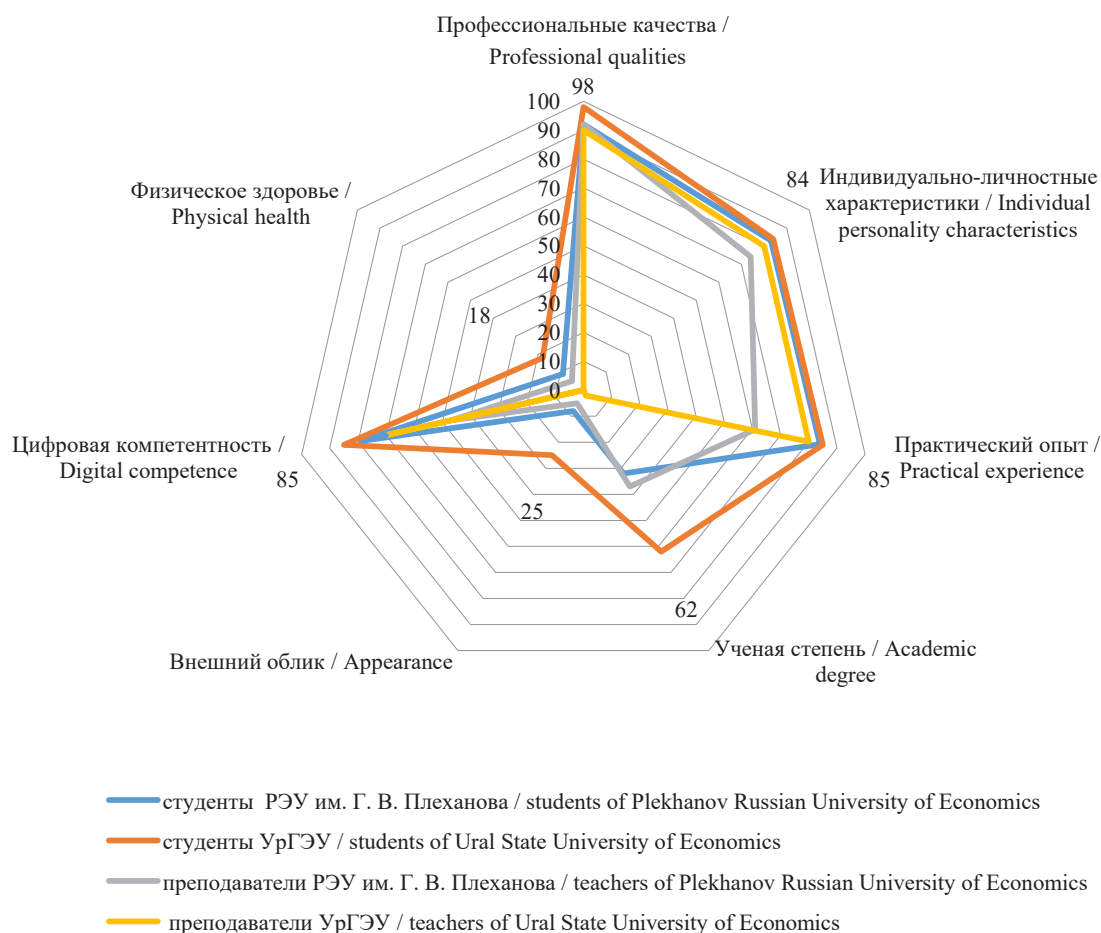
1. Базовая компонента модели «цифровой имидж преподавателя вуза». По выделенным в процессе экспертного опроса семи элементам в структуре имиджа преподавателя вуза студентами и педагогами столичного и регионального вузов определены наиболее значимые элементы имиджа преподавателя при онлайн- и офлайн-обучении (табл. 1).

Студентам обоих вузов представляются наиболее важными в структуре имиджа преподавателя его профессиональные качества, индивидуально-личностные характеристики, практический опыт и цифровая компетентность. Причем наиболее значимыми элементами имиджа педагога для обучающихся регионального вуза, по сравнению со столичным, являются ученая степень (Δ30 %), внешний облик (Δ17 %), физическое здоровье (Δ9 %).

Т а б л и ц а 1. Значимые элементы имиджа преподавателя вуза для студентов и преподавателей

Table 1. Key elements of the image of a faculty member as seen by students and faculty

Элементы структуры имиджа преподавателя / Elements of the structure of faculty member image	Количество ответивших студентов, % / Number of respondents – students, %		Количество ответивших преподавателей, % / Number of respondents – faculty, %	
	РЭУ / Plekhanov Russian University of Economics	УрГЭУ / Ural State University of Economics	РЭУ / Plekhanov Russian University of Economics	УрГЭУ / Ural State University of Economics
Профессиональные качества / Professional qualities	92	98	92	90
Индивидуально-личностные характеристики / Personal characteristics	83	84	74	80
Практический опыт / Practical experience	84	85	61	80
Ученая степень / Academic degree	32	62	37	2
Внешний облик / Appearance	8	25	5	0
Цифровая компетентность / Digital competence	79	85	47	70
Физическое здоровье / Physical health	9	18	5	0



Р и с. 3. Значимые элементы в структуре имиджа преподавателя вуза для студентов и педагогов, %
F i g. 3. Key elements in the structure of faculty member's image as seen by students and faculty, %

Значимость цифровой компетентности ($\Delta 23\%$), практического опыта ($\Delta 19\%$) для преподавателей УрГЭУ выше, чем РЭУ; преподавателям столичного вуза важнее ученая степень ($\Delta 35\%$), внешний облик и физическое здоровье ($\Delta 5\%$ по каждому элементу) (табл. 1, рис. 3).

Авторами выявлены сходные точки зрения студентов и педагогов двух вузов относительно названных выше значимых элементов в структуре имиджа преподавателя вуза (рис. 3).

Для понимания сформировавшегося на сегодняшний день уровня цифровой компетентности преподавателя вуза как элемента в его структуре имиджа проанализирована качественная оценка студентами и самими педагогами

цифровых компетенций преподавателя вуза (табл. 2, 3), а также количественная оценка преподавателями своего уровня цифровой компетентности (табл. 4).

Ответы студентов и педагогов на открытые вопросы относительно цифровых компетенций преподавателя вуза сгруппированы авторами, с одной стороны, по блокам Европейской рамки цифровой компетенции преподавателей (см. 1. п. 2), с другой – по положительным и негативным оценкам студентов. В силу принципиальных различий между ответами студентов и педагогов столичного и регионального вузов на эти вопросы, авторы представляют эти данные в двух таблицах (отдельно по студентам двух вузов и преподавателям) (табл. 2 и 3).



Т а б л и ц а 2. Качественная оценка студентами цифровых компетенций преподавателей
 Table 2. Qualitative assessment of faculty digital competencies by students

Блоки компетенций / Competence clusters	Положительная оценка компетенций / Positive assessment of competencies	Негативная оценка компетенций / Negative assessment of competencies
Профессиональная вовлеченность / Professional involvement	– обучаемость и предприимчивость / aptitude for learning and entrepreneurship; – широкий кругозор / breadth of knowledge; – стремление совершенствовать содержание и формы своей деятельности / aspiration to perfect content and format of one's occupation; – владение углубленной теоретической базой / command of in-depth theoretical knowledge	– неготовность быстрого перехода на новые технологии / inability to swiftly shift to new technologies; – отсутствие гибкости и лояльности / lack of flexibility and loyalty; – неготовность адаптироваться, работать в условиях многозадачности / inability to adapt, work in a multitasking environment; – недостаточное стремление совершенствовать содержание и формы своей деятельности / lack of aspiration to perfect content and format of one's occupation
Цифровые ресурсы / Digital Resources	– гибкость в выборе обучающих средств / flexibility in the choice of teaching aids; – умение конвертировать материал и практические задания в онлайн-формат / skills in conversion of learning material and practical tasks into an online format	– неумение пользоваться цифровыми ресурсами / inability to use digital resources; – компьютерная неграмотность / computer illiteracy
Стратегии оценивания / Assessment strategies	– обратная связь с обучающимися по нескольким каналам / receiving feedback from students through several channels	– неумение разработать другую методику обучения, не предполагающую личное присутствие / failure to develop alternative teaching methods that do not involve physical presence; – недостаточная объективность оценки – слабая рефлексия / insufficient objectivity of assessment, inadequate feedback
Преподавание и обучение / Teaching and learning	– умение адаптироваться к условиям онлайн-обучения / ability to adapt to conditions of online learning	– нежелание детально объяснять материал и структуру работы / inability to explain in detail material and structure of work; – слабая солидарность со студентами и настрой на обратную связь / inadequate cooperation with students and willingness to provide feedback
Расширение возможностей студентов / Empowering students	– доступность объяснения / clarity of instruction	– недостаточно умения мотивировать студентов на активное участие в семинарах / inadequate ability to motivate students to actively participate in workshops; – неумение находить наиболее эффективные способы взаимодействия со студентами / inability to find the most effective means to interact with students
Развитие цифровых компетенций студентов / Development of students' digital competencies	– коммуникабельность / sociability; – практичность / functionality	– сложность выстроить и поддерживать коммуникации со студентами / difficulty to build and maintain communication with students; – отсутствие желания у обеих сторон услышать и понять друг друга / reluctance of both parties to listen and understand each other



Таблица 3. Качественная оценка преподавателями собственных цифровых компетенций
Table 3. Qualitative assessment of their own digital competencies by the faculty

Блоки компетенций / Competence clusters	Положительная оценка компетенций / Positive assessment of competencies	Негативная оценка компетенций / Negative assessment of competencies
1	2	3
Профессиональная вовлеченность / Professional involvement	– умение коммуницировать с обучающимися / ability to communicate with students; – использование возможностей социальных сетей для профессионального развития / use of social networks for professional development	– недостаточно навыков, связанных с современными информационно-коммуникационными технологиями в преподавании / inadequate skills related to modern information and communication technologies in teaching; – недостаточная самоорганизация / lack of self-organization
Цифровые ресурсы / Digital resources	– хорошая навигация в сети Интернет, гибкость, адаптивность / proficiency in internet navigation, flexibility, adaptability; – умение быстро адаптироваться к цифровой реальности / ability to quickly adapt to digital reality; – знание возможностей и инструментов платформ / knowledge of platforms' capabilities and tools; – большой опыт организации онлайн-опросов, привычка структурировать курсы / extensive experience in online surveys, tendency to structure courses	– недостаточные знания о цифровых платформах / insufficient knowledge of digital platforms; – неумение работать на разных платформах / inadequate skills in operating on different platforms; – слабые навыки подготовки контента для онлайн-обучения / poor skills in preparation of content for online learning; – неумение качественно визуализировать учебный материал, обрабатывать видеоматериал, работать со звуком / inability to provide quality visualization of educational material, edit video material, work with sound
Стратегии оценивания / Assessment strategies	– умение находить, сравнивать и оценивать качество учебных онлайн-материалов для разных форм занятий / ability to find, compare and evaluate the quality of online learning materials for different types of classes; – готовность к диалогу / commitment to dialogue	– неумение адаптировать имеющиеся навыки и знания к процессу обучения в цифровой среде / lack of ability to adapt existing skills and knowledge to the learning process in a digital environment
Преподавание и обучение / Teaching and learning	– системный подход, ориентация на результат и потребности студента / system approach, focus on results and student needs; – использование онлайн-инструментов для внедрения современных педагогических практик / use of online tools for implementation of modern pedagogical practices; – большой опыт работы в онлайн-среде и по смешанной модели / extensive experience in online and mixed model environments	– слабое применение средств коллективной работы / poor use of teamwork tools; – недостаточные навыки управления презентацией и взаимодействия со студентами на занятиях / insufficient skills in managing self-presentation and interaction with students in a classroom
Расширение возможностей студентов / Empowering students	– сопровождение теоретического материала видео, фото, презентациями и рабочими тетрадями / accompanying theoretical material with videos, photos, presentations and workbooks; – умение играть в игры / ability to introduce games; – желание делиться знаниями, помогать учиться / desire to share knowledge, help to learn	– неумение создавать комнаты для работы в малых группах, включать видеоконтент в занятия / inability to create space for work in small groups, include video content in classes; – неумение использовать несколько платформ одновременно для иллюстрирования примеров видеоматериалами / inability to use several platforms simultaneously to support statements with video materials



1	2	3
Развитие цифровых компетенций студентов / Development of students' digital competencies	– подбор актуальной информации, разнообразие обучающей информации и яркие примеры для занятий / selection of relevant information, a variety of training information and powerful examples for classes; – умение удерживать внимание аудитории, даже находясь онлайн / ability to hold attention of the audience even while online; – коммуникабельность / sociability	– слабое владение технологиями, повышающими цифровую грамотность студентов: онлайн-игры и симуляторы, массовые открытые онлайн-курсы, специальные приложения и др. / inadequate knowledge of technologies promoting digital literacy of students: online games and simulators, open online courses, special applications

Положительная качественная оценка студентами компетенций преподавателей основана больше на оценке их профессиональных качеств и индивидуально-личностных характеристик, которые определяют высокую степень обучаемости, грамотность методических подходов к процессу обучения (табл. 2). Негативная оценка студентов объясняется недостаточностью знаний и навыков преподавателей по применению цифровых технологий в онлайн- и офлайн-образовательной среде. Следует отметить, что важнейший из soft-навыков преподавателей – эффективные коммуникации – оценен неоднозначно: студенты высказались на этот счет как позитивно, так и негативно (табл. 2 и 3).

Уже первый взгляд на качественную оценку цифровых компетенций преподавателей самими преподавателями в таблице 3 указывает на то, что они представляют больше доказательств, чем студенты, подтверждающие положительную оценку собственных компетенций. Следует отметить сходство мнений педагогов и обучающихся в негативной оценке цифровых компетенций преподавателей, которая объясняется недостаточностью знаний и навыков педагогов по применению цифровых технологий в онлайн- и офлайн-образовательной среде.

Из анализа количественной оценки преподавателями сформированности некоторых своих цифровых компетенций (табл. 4) следует, что преподаватели обоих вузов довольно высоко оценивают свои цифровые компетенции по блокам

«цифровые ресурсы», «стратегии оценивания», «преподавание и обучение», причем средние баллы преподавателей столичного и регионального университетов по этим блокам практически одинаковы. Некоторые различия в оценке преподавателями РЭУ и УрГЭУ уровня сформированности своих цифровых компетенций отмечены по блокам «профессиональная вовлеченность» (Δ1,31) и «развитие цифровых компетенций студентов» (Δ1,2).

Качественная оценка студентами и преподавателями цифровых компетенций педагога вуза (табл. 2, 3) вполне соотносится с довольно низкой количественной оценкой преподавателями цифровых компетенций по блокам «расширение возможностей студентов» и «развитие цифровых компетенций студентов» в таблице 4. Средний балл по оценке компетенций в этих блоках оказался довольно низким и составил от 2,30 до 3,50 баллов.

Обучающиеся столичного вуза оценили уровень цифровой компетентности своих преподавателей выше, чем студенты регионального вуза. Среднее значение такого показателя по семибалльной шкале Лайкерта составило 6,0 для преподавателей РЭУ, 5,0 – для УрГЭУ (рис. 4).

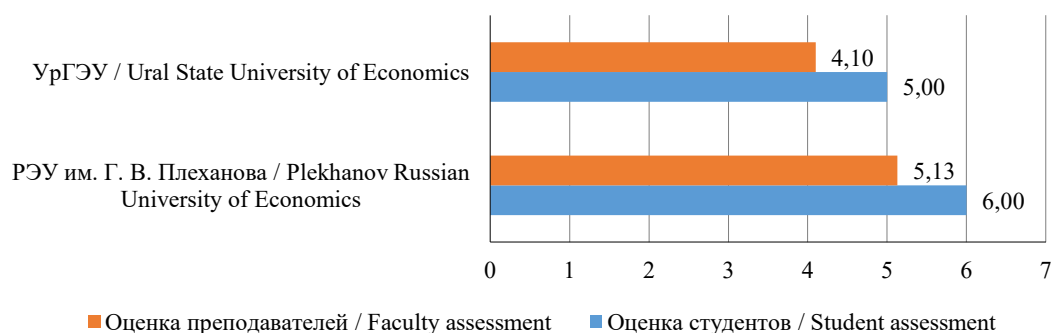
Вызывает интерес тот факт, что педагоги более критически относятся к оценке уровня цифровой компетентности, чем студенты: преподаватели РЭУ оценили свою цифровую компетентность в 5,13 баллов (средний балл по семибалльной шкале Лайкерта), преподаватели УрГЭУ – в 4,10 баллов.



Т а б л и ц а 4. Количественная оценка преподавателями сформированности некоторых своих цифровых компетенций

Table 4. Quantitative assessment of the level of faculty maturity of select digital competencies by the faculty themselves

Блоки компетенций / Competence clusters	Цифровые компетенции / Digital competencies	Средний балл по 7-балльной шкале Лайкерта / Average score on a 7-point Likert scale		Δ
		РЭУ / Plekhanov Russian University of Economics	УрГЭУ / Ural State University of Economics	
Профессиональная вовлеченность / Professional involvement	Максимально использую возможности социальных сетей для профессионального развития / Using social media for professional development to the maximum extent possible	4,11	2,80	1,31
Цифровые ресурсы / Digital resources	Хорошо умею создавать, редактировать и распространять мультимедийный контент / Proficient at creating, editing and distributing multimedia content	5,05	5,00	0,05
Стратегии оценивания / Assessment strategies	Хорошо умею находить, сравнивать и оценивать качество учебных онлайн-материалов для занятий в аудитории, автоматизированного контроля знаний, самостоятельной работы студента / Proficient at finding, comparing and evaluating the quality of online learning materials for classroom courses, automated knowledge control, student independent work	5,42	5,40	0,02
Преподавание и обучение / Teaching and training	Умело использую онлайн-инструменты для внедрения современных педагогических практик: смешанное / Skillful use of online tools to introduce modern pedagogical practices: mixed	5,37	5,30	0,07
Расширение возможностей студентов / Empowering students	Создаю виртуальные площадки для своих студенческих групп: блоги, сайты, wiki-платформы / Setting up virtual platforms for one's student groups: blogs, websites, wiki platforms	3,29	3,00	0,29
Развитие цифровых компетенций студентов / Development of students' digital competencies	Использую технологии, повышающие цифровую грамотность студентов / Use of technologies promoting digital literacy of students	3,50	2,30	1,20



Р и с. 4. Оценка уровня цифровой компетентности преподавателя вуза студентами и педагогами
F i g. 4. Assessment of the level of digital competences of the faculty member by students and faculty



2. Инструментальная компонента модели «цифровой имидж преподавателя вуза». В данном разделе мы анализируем цифровую компетентность педагога как инструмент формирования и продвижения персонального цифрового имиджа.

Представленность и активность преподавателя вуза в цифровой и интернет-среде определяется уровнем его цифровой компетентности и таким образом отражает его возможности по транслированию своего образа/имиджа стейкхолдерам рынка образовательных услуг.

Студенты составляют мнение о преподавателе на основании своего мониторинга интернет-ресурсов и степени активности преподавателя в цифровой и интернет-среде. Еще пять лет назад трудно было представить, что перед началом предметного курса обучающиеся будут искать информацию о преподавателе и уже на этом этапе составят определенное мнение о нем.

Именно так поступает большинство опрошенных студентов столичного и регионального вузов, причем 17,2 и 28,8 % студентов двух вузов (Δ11,6 %) делают это на постоянной основе.

Основными источниками информации о преподавателе для студентов указанных вузов являются сайт учебного заведения (Δ11,6 %), сайт кафедры, на которой работает преподаватель (Δ24,4 %), поисковая интернет-платформа, где размещены данные и отзывы о преподавателе (Δ8,6 %), социальные сети (Δ8,0).

Довольно интересным является сравнение вторичных данных об активности преподавателей российских и зарубежных университетов в сети Интернет и цифровой среде¹⁰ и полученных первичных данных о «цифровом следе» преподавателей столичного и регионального университетов (по оценке преподавателей) (табл. 5).

Т а б л и ц а 5. Активность преподавателей в интернет- и цифровой среде
T a b l e 5. Level of engagement of faculty with the Internet and in digital environment

«Цифровой след» преподавателей / “Digital footprint” of faculty	Вторичные данные, % преподавателей / Secondary data, % of faculty	Первичные данные, % преподавателей / Primary data, % of faculty	
	Зарубежные вузы / Foreign universities	РЭУ / Plekhanov Russian University of Economics	УрГЭУ / Ural State University of Economics
1	2	3	4
Аккаунт в социальной сети Facebook ¹¹ / Account in Facebook social media	50,0	78,9	60,0
Аккаунт в социальной сети ВКонтакте / Account in VKontakte social media	—	73,0	70,0
Личный сайт / Personal website	58,0	7,9	0,0
Информация о научно-исследовательской активности (об участии в конференциях, круглых столах, форумах) в сети Интернет / Information on research engagement (participation in conferences, round tables, forums) online	83,0	86,8	40,0

¹⁰ Онлайн-опрос проводился среди топ-20 российских предпринимательских университетов с наивысшими баллами в рейтинге аналитического центра «Эксперт», восьми зарубежных предпринимательских университетов США, Великобритании, Финляндии, Швеции, Израиля, Испании.

¹¹ При опросе на ответы относительно социальных сетей Facebook и Instagram респонденты исходили из своего опыта до марта 2022 г.



Окончание таблицы 5 / End of table 5

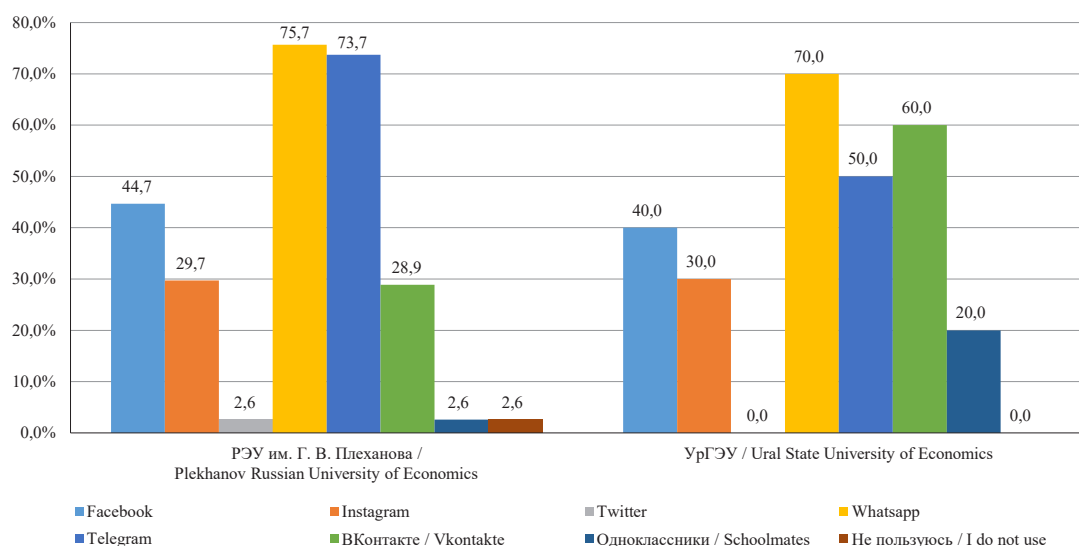
1	2	3	4
Информация о научных публикациях в сети Интернет / Information on scientific publications online	70,0	89,5	60,0
Сведения о профессиональной деятельности и достижениях (например, на сайте вуза или кафедры) в сети Интернет / Information about professional engagements and achievements (for example, on the website of university or university department) online	н/д	89,5	60,0

Источник: составлено авторами на основании кабинетного [13] и полевого исследования.
Note: compiled by the authors on the basis of desk [13] and field research.

Данные таблицы 5 доказывают лучшую активность преподавателей столичного университета в интернет- и цифровой среде по сравнению с преподавателями регионального и зарубежных вузов. Разница между «цифровыми» активностями преподавателей столичного и регионального университетов составляет $\Delta = 7,9\%$ – $46,8\%$ (табл. 5). Авторы предполагают, что такая разница может быть вызвана неравными возможностями доступа к цифровым технологиям в столице и регионе. Слабое место в цифровой активности российских преподавателей в сети Интернет, по сравнению с зарубежными, – отсутствие личного сайта.

Согласно данным экспертного опроса было выявлено, что определенный уровень цифровой компетентности преподавателей влияет на их активность в социальных сетях. По оценкам самих преподавателей, педагоги пользуются социальными сетями ВКонтакте ($\Delta 31,1\%$), Facebook ($\Delta 0,7\%$), мессенджерами WhatsApp ($\Delta 5,7\%$) и Telegram ($\Delta 23,7\%$) (рис. 5).

В целях использования социальных сетей преподавателями столичного и регионального университетов заметны некоторые расхождения: у преподавателей РЭУ они в большей степени связаны с профессиональными интересами (рис. 6).



Р и с. 5. Представленность преподавателей столичного и регионального университетов в социальных сетях и мессенджерах, %

F i g. 5. Representation of engagement of faculty of a Moscow-based and a regional university in social media and messaging services, %



Р и с. 6. Цели использования преподавателями социальных сетей, %
 F i g. 6. Purposes of using social media by faculty of two universities, %

Вовлеченность преподавателей в социальных сетях может быть охарактеризована частотой использования сетей (табл. 6). Большая часть преподавателей выбранных вузов заходит в социальные сети раз в день и проводит там не более часа (Δ8,4 %), чуть меньше доля преподавателей активно использует сети и проводит там более 1 ч в день (Δ6,3 %) (табл. 6).

По мнению студентов, преподавателю необходимо активно вести собственные аккаунты 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 (табл. 7). Это мнение подтверждается довольно высоким средним баллом по 7-балльной шкале Лайкерта (5,90 и 6,33 соответственно).

Комментируя свои ответы по поводу целей (задач) ведения социальных сетей преподавателями, студенты подчеркивают следующие возможности, которые дает преподавателям такая деятельность:

Т а б л и ц а 6. Вовлеченность преподавателей в социальных сетях, %
 T a b l e 6. Faculty social media engagement, %

Частота использования преподавателями социальных сетей / Frequency of use of social media by faculty	РЭУ / Plekhanov Russian University of Economics	УрГЭУ / Ural State University of Economics	Δ
Активно использую ежедневно более 1 ч в день / Actively use on a daily basis more than 1 hour a day	26,3	20,0	6,3
Захожу в социальные сети раз в день, не более 1 ч / Use social media once a day, for no more than 1 hour	31,6	40,0	8,4
Проверяю информацию несколько раз в неделю / Check the information several times a week	18,4	10,0	8,4
Использую по необходимости несколько раз в месяц / Use as needed several times a month	13,2	10,0	3,2
Захожу несколько раз в год / Use several times a year	2,6	10,0	7,4
Не использую социальные сети / I don't use social media	7,9	10,0	2,1



Таблица 7. Цели (задачи) представленности преподавателей в социальных сетях
Table 7. Purposes (objectives) of faculty engagement in social media

Утверждения / Statements	Средний балл по семибалльной шкале Лайкерта / Average score on a seven-point Likert scale			
	Ответы преподавателей / Faculty answers		Ответы студентов / Students answers	
	РЭУ / Plekhanov Russian University of Economics	УрГЭУ / Ural State University of Economics	РЭУ / Plekhanov Russian University of Economics	УрГЭУ / Ural State University of Economics
Активное ведение собственного аккаунта в социальных сетях / The teacher of the university should actively maintain their own accounts in social networks	3,82	3,30	5,90	6,33
Продвижение делового имиджа преподавателя вуза / Promotion of the faculty business image	4,03	3,30	4,66	4,84
Продвижение своих разработок, программ, авторских курсов / Promotion of their developments, programs, author's courses	3,82	3,40	5,53	5,31
Повышение статуса эксперта в определенной сфере / Raising the status of an expert in a specific field	4,61	3,80	4,99	4,77
Распространение важной информации и оказывание нужного воздействия на подписчиков / Disseminating important information and making the right impact on subscribers	4,66	4,00	4,75	5,05
Взаимодействие со студентами / Interaction with students	3,50	3,00	4,84	5,14
Продвижение вуза и кафедры / Promotion of the university and the department	4,37	4,10	4,70	4,98
Повышение мотивации студента к изучению дисциплины, которую ведет преподаватель / Increasing the student's motivation to study the discipline taught by the faculty	3,26	2,70	4,11	4,07
Повышение уровня доверия к преподавателю как к профессионалу / Increased confidence in the faculty as a professional	3,74	3,60	4,36	4,29
Расположение студентов к преподавателю как к личности / Students' disposition toward the faculty as a person	4,16	3,70	5,13	5,01

– создание неформальных коммуникаций, поддержка связей с выпускниками;
– лучшее понимание студентов за счет их поведения в сети, осознания того, в каком мире они живут для построения эффективной коммуникации с молодым поколением;
– демонстрация не только образа преподавателя вуза, но и образа разносторонней увлеченной личности;
– публикация дополнительного полезного контента по изучаемой дисциплине;

– продвижение образа преподавателя, инноватора, научного деятеля для создания полноценного имиджа в глазах студентов.

Однако педагоги обоих вузов в меньшей степени согласились со всеми утверждениями, касающимися целей (задач) их активности в социальных сетях. Средний балл по всем таким утверждениям колеблется от минимального 2,7 до максимального 4,7 (табл. 7).

Авторами проведена проверка статистически значимых различий между ответами преподавателей и студентов РЭУ им. Плеханова и УрГЭУ по утверждениям в отношении целей (задач) их представленности в социальных сетях по t-критерию для двух независимых выборок. Анализ различий на основе критерия равенства дисперсий Ливиня показал, что по всем вариантам ответов преподавателей двух вузов величина показателя значимости составляет $p > 0,05$. Следовательно, нулевая гипотеза об отсутствии различий подтверждается. По ответам студентов относительно 2, 3, 4, 7, 10 утверждений таблицы 7 также подтверждена нулевая гипотеза об отсутствии различий; по утверждениям 5, 6, 8, 9 выявлены статистически значимые различия: величина показателя значимости составляет $p < 0,05$ (от 0,002 до максимального 0,019), показатели F-статистики Т-теста по данным переменным имеют довольно высокие значения (5,29–9,84).

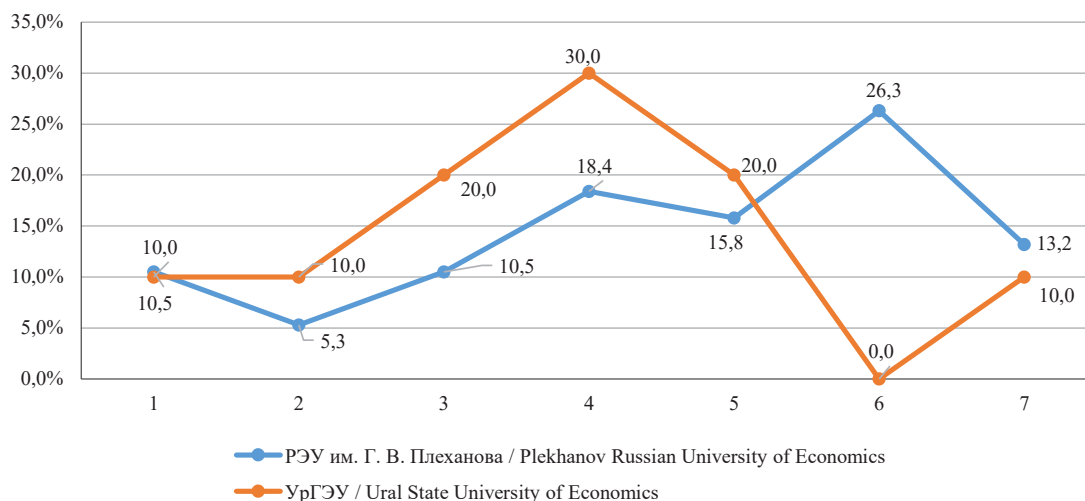
Неоднозначными оказались результаты нашего опроса о необходимости создания и продвижения имиджа преподавателя в сети Интернет и цифровой среде,

высказанные преподавателями и студентами столичного и регионального вузов: 59,5 и 25,8 % преподавателей (РЭУ и УрГЭУ соответственно) выразили согласие с данным утверждением ($\Delta 33,7$ %) (рис. 7). Студенты оказались более единодушными (рис. 8).

С разницей в $\Delta = 5,4$ % студенты столичного и регионального вузов согласились с необходимостью создания и продвижения преподавателем имиджа в сети Интернет и цифровой среде (56,7 и 63,1 %) (рис. 8).

Значительный разброс значений наблюдается при анализе ответов преподавателей двух университетов, выражающих согласие/несогласие с утверждением в отношении влияния усилий преподавателя по созданию и продвижению своего имиджа в сети Интернет и цифровой среде на его конкурентоспособность на рынке образовательных услуг (рис. 9).

Из рисунка 9 следует, что в большей степени согласились с данным утверждением преподаватели столичного вуза (58,0 %), чем регионального (30,0 %), при этом $\Delta = 28$ %.

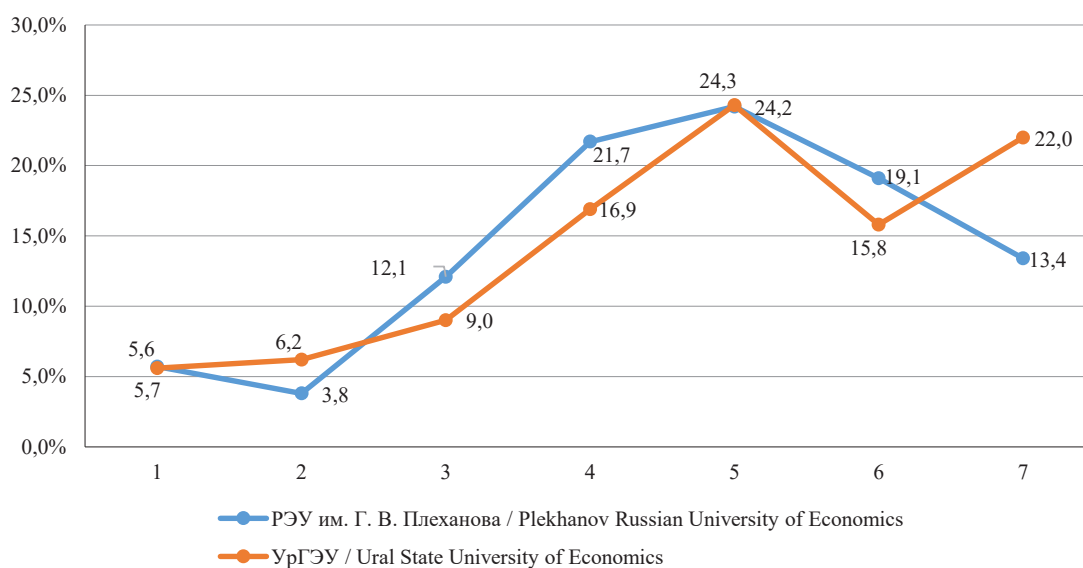


Р и с. 7. Распределение ответов преподавателей о необходимости создания и продвижения преподавателем своего имиджа в сети Интернет и цифровой среде, %

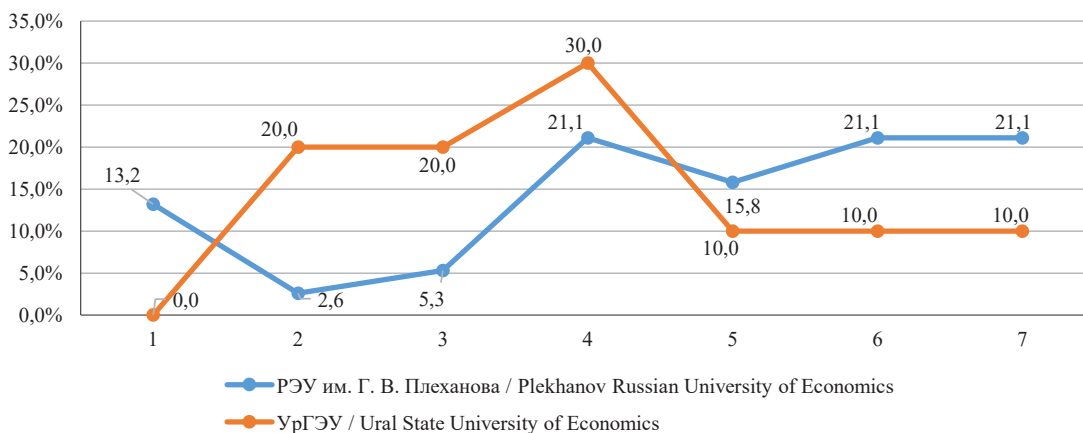
F i g. 7. The need for faculty to create and promote their image online and in digital environment (faculty responses), %

Примечание. Здесь и далее: 1 – абсолютно не согласен, 7 – абсолютно согласен.

Note. Hereafter: 1 – absolutely disagree, 7 – I absolutely agree.



Р и с. 8. Распределение ответов студентов о необходимости создания и продвижения преподавателем своего имиджа в сети Интернет и цифровой среде, %
 F i g. 8. The need for faculty to create and promote their image online and in digital environment (students' responses), %



Р и с. 9. Влияние усилий преподавателя по формированию и продвижению своего имиджа в сети Интернет и цифровой среде на его конкурентоспособность на рынке образовательных услуг, %
 F i g. 9. Impact of the faculty efforts to create and promote their image online and in digital environment on their competitiveness on the market of educational services, %

Обсуждение и заключение

Эмпирический анализ базовой компоненты цифрового имиджа преподавателя вуза показал значимость для студентов и педагогов обоих вузов такого элемента в структуре имиджа, как «цифровая компетентность» наряду со следующими элементами: профессиональные качества, индивидуально-личностные характери-

стики, практический опыт. Именно на этих ключевых элементах преподавателю следует фокусироваться при создании собственного имиджа.

Анализ качественных и количественных оценок студентов и преподавателей двух университетов в отношении цифровой компетентности преподавателей позволяет сформулировать главный вывод



и рекомендации для вуза и преподавателя: для повышения эффективности образовательного взаимодействия с поколением Z педагогам необходимо постоянно обучаться и получать практические навыки с целью увеличения уровня цифровой компетентности. Более высокая количественная оценка студентами цифровой компетентности преподавателей, по сравнению с оценкой самих педагогов, говорит об их убежденности в способности преподавателей к обучаемости и адаптации к цифровой образовательной среде.

Теоретический и эмпирический анализ инструментальной компоненты цифрового имиджа показал, что цифровая компетентность преподавателя является не только элементом в структуре имиджа преподавателя, но и его транслятором во внешнюю среду.

Данные о том, что более 90 % студентов столичного и 85 % регионального университетов перед началом предметного курса составляют мнение о преподавателе на основании своего мониторинга активности преподавателя в цифровой и интернет-среде, приводят к пониманию необходимости повышения «цифровой» активности педагогов. Такая активность может выражаться в представленности преподавателей на интернет-ресурсах, ведении собственных аккаунтов в социальных сетях, что позволит им продвигать свои разработки, программы, авторские курсы, распространять важную информацию, осуществлять неформальные коммуникации. По мнению студентов, «цифровая» активность преподавателей улучшит восприятие преподавателя как личности, вызовет интерес к изучению дисциплины, создаст его положительный имидж и репутацию и, как результат, повысит эффективность образовательного взаимодействия. Логичным следствием большей вовлеченности преподавателя в создание и продвижение своего имиджа в сети Интернет и цифровой среде будет повышение его конкурентоспособности на рынке образовательных услуг, что отмечено педагогами столичного и регионального университетов (58 и 30 % соответственно).

Формирование, совершенствование цифрового имиджа преподавателя – прерогатива не только самого педагога, но и вуза. Управленческие решения по моделированию имиджа, формированию и продвижению цифрового имиджа преподавателя являются стратегическими, поскольку обуславливают конкурентоспособность преподавателя, а, следовательно, и вуза. Такие решения должны приниматься на основе мониторинга цифрового имиджа преподавателя в восприятии стейкхолдеров рынка образовательных услуг. Анализ результатов мониторинга позволит вводить новые актуальные переменные в диагностику имиджа преподавателя, осуществлять его корректировку.

В процессе анализа инструментальной составляющей цифрового имиджа преподавателя были выявлены различия во взглядах студентов и педагогов столичного и регионального университетов по большинству вопросов онлайн-анкеты. Нулевая гипотеза об отсутствии статистически значимых различий во мнении преподавателей РЭУ им. Плеханова и УрГЭУ по целям (задачам), их представленности в социальных сетях подтвердилась. Гипотеза об отсутствии различий во мнении студентов двух университетов частично подтвердилась, частично опровергнута.

С точки зрения авторов, выявленные различия в представлениях студентов и педагогов столичного и регионального университетов по исследуемой тематике могут косвенно объясняться и существующим в стране цифровым неравенством технологического и социального порядка. Прямые доказательства этому могут содержаться в возможных будущих исследованиях.

Полученные результаты помогут преподавателям столичных и региональных вузов дифференцированно и точно подходить к вопросам формирования и продвижения своего имиджа в сознании ключевых стейкхолдеров в образовании в своих регионах, повышать таким образом эффективность образовательного взаимодействия.



СПИСОК
ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ибрагимова Р. С. Маркетинговый подход к оказанию образовательных услуг в условиях цифровизации // *Global Science and Innovations 2021: Central Asia*. 2021. Т. 7, № 2. С. 58–63. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46503578> (дата обращения: 12.10.2021).
2. Шустикова Е. Е., Комарова О. М. Особенности использования цифровых технологий при управлении имиджем // *Экономические исследования и разработки*. 2019. № 12. С. 86–89. URL: <http://edrj.ru/article/16-12-19> (дата обращения: 15.10.2021).
3. 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>
4. Марченко В. С. Формування професійного іміджу сучасного вчителя // *Наука і освіта*. 2016. № 1. С. 120–125. doi: <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2016-1-25>
5. Рыбакова Е. Н. Факторная структура имиджа успешных и неуспешных педагогов // *Педагогическое образование в России*. 2012. № 2. С. 67–70. URL: <https://pedobrazovanie.ru/images/JOURNAL/archive2012-2012-2-tx1c/16.pdf> (дата обращения: 12.03.2022).
6. Раздымаха Ю. Ю. Имидж преподавателя вуза: основные факторы влияния // *Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса*. 2012. Т. 6, № 1. С. 45–51. URL: <https://vestnik.rgutspubl.org/index.php/1/issue/view/20/20> (дата обращения: 15.12.2021).
7. Гладилина И. П., Крылова М. Е. Цифровые компетенции в структуре компетентностного подхода социального и профессионального становления личности // *Современное педагогическое образование*. 2019. № 11. С. 13–15. URL: <http://spo.expert/upload/iblock/e27/СПО%20№11%202019.pdf> (дата обращения: 12.10.2021).
8. Муратова И. А. Знаковый аспект персонального имиджа в современном обществе // *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика*. 2010. № 2 (25). С. 66–70. URL: <https://textarchive.ru/c-2491544-p13.html> (дата обращения: 12.02.2022).
9. Басова Е. А. Цифровое неравенство российских регионов: современные проблемы и пути преодоления // *Вопросы территориального развития*. 2021. Т. 9, № 4. doi: <https://doi.org/10.15838/ttdi.2021.4.59.4>
10. Núñez-Canal M., de Obesso M. D. L. M., Pérez-Rivero C. A. New Challenges in Higher Education: A Study of the Digital Competence of Educators in Covid Times // *Technological Forecasting and Social Change*. 2022. Vol. 174. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121270>
11. Vergara-Rodríguez D., Antón-Sancho Á., Fernández-Arias P. Variables Influencing Professors' Adaptation to Digital Learning Environments during the COVID-19 Pandemic // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2022. Vol. 19, issue 6. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph19063732>
12. Спичева Д. И. Факторы эффективности цифрового имиджа как социально-технологического феномена // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2013. № 8, ч. 2 (34). С. 175–178. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2013_8-2_46.pdf (дата обращения: 12.02.2022).
13. 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: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-7-91-104>
14. Зеер Э. Ф., Ломовцева Н. В., Третьякова В. С. Готовность преподавателей вуза к онлайн-образованию: цифровая компетентность, опыт исследования // *Педагогическое образование в России*. 2020. № 3. С. 26–39. doi: <http://doi.org/10.26170/po20-03-03>
15. Константинова Д. С., Кудаева М. М. Цифровые компетенции как основа трансформации профессионального образования // *Экономика труда*. 2020. Т. 7, № 11. С. 1055–1072. doi: <http://doi.org/10.18334/et.7.11.111073>
16. Bilbao-Aiastui E., Arruti A., Morillo R. C. A Systematic Literature Review about the Level of Digital Competences Defined by DigCompEdu in Higher Education // *Aula Abierta*. 2021. Vol. 50, issue 4. P. 841–849. URL: <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/en/covidwho-1579630> (дата обращения: 15.10.2021).
17. Cantabrana J. L. L., Rodríguez M. U., Cervera M. G. Assessing Teacher Digital Competence: The Construction of an Instrument for Measuring the Knowledge of Pre-Service Teachers // *Journal of New Approaches in Educational Research*. 2019. Vol. 8, issue 1. P. 73–78. URL: <https://www.learntechlib.org/p/207150> (дата обращения: 15.10.2021).
18. Dervenis C., Fitsilis P., Iatrellis O. A Review of Research on Teacher Competencies in Higher Education // *Quality Assurance in Education*. 2022. Vol. 30, no. 2. P. 199–220. doi: <https://doi.org/10.1108/QAE-08-2021-0126>



19. Verdugo K. O., Peñaloza S. H. Diagnosis of Digital Teaching Competence: Universidad Viña del Mar // Communication and Smart Technologies. ICOMTA 2021. Smart Innovation, Systems and Technologies ; Rocha Á., Barredo D., López-López P.C., Puentes-Rivera I. (eds). Vol. 259. Singapore : Springer, 2022. P. 479–486. doi: https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_47
20. Paz Saavedra L. E., Cervera M. G., Rodríguez M. U. Competencia digital docente, actitud y uso de tecnologías digitales por parte de profesores universitarios // Revista de Medios y Educacion. 2022. No. 63. P. 93–130. doi: <https://doi.org/10.12795/PIXELBIT.91652>
21. Vogel T., Marci-Boehncke G. How do Teachers Integrate Digital Media into Pedagogical Action and Professional Self-Image? // 11th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN). Palma, Spain, 2019. P. 6369–6376. doi: <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.1523>
22. Challenges of Online Education among University Students, Saudi Arabia / L. S. Benjamin [et al.] // Jurnal Ners. 2021. Vol. 16, issue 2. P. 188–192. URL: <https://e-journal.unair.ac.id/JNERS/article/view/28037/pdf> (дата обращения: 15.10.2021).
23. Potyrala K., Tomeczyk L. Teachers in the Lifelong Learning Process – Examples of Digital Literacy // Journal of Education for Teaching. 2021. Vol. 47, issue 2. P. 255–273. doi: <https://doi.org/10.1080/02607476.2021.1876499>
24. Guillén-Gámez F. D., Mayorga-Fernández M. J. Quantitative-Comparative Research on Digital Competence in Students, Graduates and Professors of Faculty Education: An Analysis with ANOVA // Education and Information Technologies. 2020. Vol. 25. P. 4157–4174. doi: <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10160-0>
25. “Digital Image” in the Methodological System of Information Competency Development by University Students / N. P. Tabachuk [et al.] // International Journal of Applied Exercise Physiology. 2020. Vol. 9, issue 2. P. 81–87. doi: <https://doi.org/10.26655/IJAEP.2020.2.5>
26. Nykvist S., Mukherjee M. Who Am I? Developing Pre-Service Teacher Identity in a Digital World // Procedia: Social and Behavioral Sciences. 2016. Vol. 217. P. 851–857. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.02.012>
27. Глузман Н. А. Формирование профессионального имиджа социального педагога // Образование и наука. 2017. Т. 19, № 9. С. 52–69. doi: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2017-9-52-69>

Поступила 04.05.2022; одобрена после рецензирования 29.08.2022; принята к публикации 05.09.2022.

Об авторах:

Тимохина Галина Сергеевна, доцент кафедры маркетинга Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (117997, Российская Федерация, г. Москва, Стремянный пер., д. 36), кандидат экономических наук, доцент, **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-7322-8063>, **Scopus ID:** 57221204007, **Researcher ID:** M-4416-2016, galinatimokhina@yandex.ru

Попова Ольга Ивановна, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета (620000, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45), кандидат социологических наук, доцент, **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9954-4259>, **Researcher ID:** AAF-9753-2019, o.porova63@mail.ru

Изакова Наталья Борисовна, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета (620000, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45), кандидат экономических наук, доцент, **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-1316-2634>, **Scopus ID:** 57218249624, **Researcher ID:** AAQ-6542-2021, izakovan@gmail.com

Заявленный вклад авторов:

Г. С. Тимохина – научный руководитель исследования; развитие методологии; сбор данных и доказательств; формализованный анализ; подготовка начального и окончательного варианта статьи.

О. И. Попова – сбор данных и доказательств; формализованный анализ; формулирование выводов и результатов.

Н. Б. Изакова – проведение критического анализа материалов и формулирование выводов.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

REFERENCES

1. Ibragimova R.S. [Marketing Approach to the Provision of Educational Services in the Context of Digitalization]. *Global Science and Innovations 2021: Central Asia*. 2021;7(2):58–63. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46503578> (accessed 12.10.2021). (In Russ., abstract in Eng.)



2. Shustikova E.E., Komarova O.M. Features of the Use of Digital Technologies in Image Management. *Economic Development Research Journal*. 2019;(12):86–89. Available at: <http://edrij.ru/article/16-12-19> (accessed 15.10.2021). (In Russ., abstract in Eng.)
3. Lukashenko M.A., Ozhgikhina A.A. Image of a University Professor: Students' Views and Priorities. *Higher Education in Russia*. 2019;28(1):46–56. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2018-27-12-46-56>
4. Marchenko V. Formation of Modern Teacher's Professional Image. *Science and Education*. 2016;(1):120–125. doi: <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2016-1-25>
5. Rybakova E.N. Factorial Structure of Image of Successful and Unsuccessful Teachers. *Pedagogical Education in Russia*. 2012;(2):67–70. Available at: <https://pedobrazovanie.ru/images/JOURNAL/archive2012-2012-2-tx1c/16.pdf> (accessed 12.03.2022). (In Russ., abstract in Eng.)
6. Razdymakha Y.Y. The Image of the University Teacher: Major Factors of Influence. *Universities for Tourism and Service Association Bulletin*. 2012;6(1):45–51. Available at: <https://vestnik.rgutsupubl.org/index.php/1/issue/view/20/20> (accessed 15.12.2021). (In Russ., abstract in Eng.)
7. Gladilina I.P., Krylova M.E. Digital Competencies in the Structure of the Competency-Based Approach of Social and Professional Formation of an Individual. *Modern Pedagogical Education*. 2019;(11):13–15. Available at: <http://spo.expert/upload/iblock/e27/CPIO%20№11%202019.pdf> (accessed 12.10.2021). (In Russ., abstract in Eng.)
8. Muratova I.A. Significant Aspect of Personal Image in Modern Society. *News of Higher Educational Institutions. Sociology. Economy. Politics*. 2010;(2):66–70. Available at: <https://textarchive.ru/c-2491544-p13.html> (accessed 12.02.2022). (In Russ., abstract in Eng.)
9. Basova E.A. Digital Inequality in Russian Regions: Current Problems and Ways to Overcome. *Territorial Development Issues*. 2021;9(4). (In Russ., abstract in Eng.) doi: <http://doi.org/10.15838/tdi.2021.4.59.4>
10. Núñez-Canal M., de Obesso M.D.L.M., Pérez-Rivero C.A. New Challenges in Higher Education: A Study of the Digital Competence of Educators in Covid Times. *Technological Forecasting and Social Change*. 2022;174. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121270>
11. Vergara-Rodríguez D., Antón-Sancho Á., Fernández-Arias P. Variables Influencing Professors' Adaptation to Digital Learning Environments during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2022;19(6):3732. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph19063732>
12. Spicheva D.I. Factors of Digital Image Effectiveness as Social-Technological Phenomenon. *Istoricheskije, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*. 2013;(8-2):175–178. Available at: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2013_8-2_46.pdf (accessed 12.02.2022). (In Russ., abstract in Eng.)
13. Lukashenko M.A., Gromova N.V., Ozhgikhina A.A. Digital Media Image of Business University Professor. *Higher Education in Russia*. 2021;30(7):91–104. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-7-91-104>
14. Zeer E.Ph., Lomovtceva N.V., Tretyakova V.S. University Teachers' Readiness for Online Education: Digital Competence, Research Experience. *Pedagogical Education in Russia*. 2020;(3):26–39. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <http://doi.org/10.26170/po20-03-03>
15. Konstantinova D.S., Kudaeva M.M. Digital Competencies as the Basis for the Professional Education Transformation. *Russian Journal of Labor Economics*. 2020;7(11):1055–1072. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.18334/et.7.11.111073>
16. Bilbao-Aiastui E., Arruti A., Morillo R.C. A Systematic Literature Review about the Level of Digital Competences Defined by DigCompEdu in Higher Education. *Aula Abierta*. 2021;50(4):841–849. Available at: <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/en/covidwho-1579630> (accessed 15.10.2021).
17. Cantabrana J.L.L., Rodríguez M.U., Cervera M.G. Assessing Teacher Digital Competence: The Construction of an Instrument for Measuring the Knowledge of Pre-Service Teachers. *Journal of New Approaches in Educational Research*. 2019;8(1):73–78. Available at: <https://www.learntechlib.org/p/207150> (accessed 15.10.2021).
18. Dervenis C., Fitsilis P., Iatrellis O. A Review of Research on Teacher Competencies in Higher Education. *Quality Assurance in Education*. 2022;30(2):199–220. doi: <https://doi.org/10.1108/QAE-08-2021-0126>
19. Verdugo K.O., Peñaloza S.H. Diagnosis of Digital Teaching Competence: Universidad Viña del Mar. In: Rocha Á., Barredo D., López-López P.C., Puentes-Rivera I. (eds) *Communication and Smart Technologies. ICOMTA 2021. Smart Innovation, Systems and Technologies*, vol. 259. Singapore: Springer; 2022. p. 479–486. doi: https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_47
20. Paz Saavedra L.E., Cervera M.G., Rodríguez M.U. Teacher Digital Competence, Attitude and Use of Digital Technologies by University Professors. *Revista de Medios y Educacion*. 2022;(63):93–130. doi: <https://doi.org/10.12795/PIXELBIT.91652>



21. Vogel T., Marci-Boehncke G. How do Teachers Integrate Digital Media into Pedagogical Action and Professional Self-Image? In: 11th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN). Palma, Spain; 2019. p. 6369–6376. doi: <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.1523>
22. Benjamin L.S., Abishek J.S., Dewi Y.S., Sivaram P., Prasetyo Y.B. Challenges of Online Education among University Students, Saudi Arabia. *Journal Ners*. 2021;16(2):188–192. Available at: <https://e-journal.unair.ac.id/JNERS/article/view/28037/pdf> (accessed 15.10.2021).
23. Potyrala K., Tomczyk L. Teachers in the Lifelong Learning Process – Examples of Digital Literacy. *Journal of Education for Teaching*. 2021;47(2):255–273. doi: <https://doi.org/10.1080/02607476.2021.1876499>
24. Guillén-Gámez F.D., Mayorga-Fernández M.J. Quantitative-Comparative Research on Digital Competence in Students, Graduates and Professors of Faculty Education: An Analysis with ANOVA. *Education and Information Technologies*. 2020;25:4157–4174. doi: <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10160-0>
25. Tabachuk N.P., Polichka E.A., Dvoryankina E.K., Karpova I.V. “Digital Image” in the Methodological System of Information Competency Development by University Students. *International Journal of Applied Exercise Physiology*. 2020;9(2):81–87. doi: <https://doi.org/10.26655/IJAEP.2020.2.5>
26. Nykvist S., Mukherjee M. Who Am I? Developing Pre-Service Teacher Identity in a Digital World. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*. 2016;217:851–857. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.02.012>
27. Gluzman N.A. Professional Image Formation of a Future Social Care Teacher. *The Education and Science Journal*. 2017;19(9):52–69. doi: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2017-9-52-69>

Submitted 04.05.2022; approved after reviewing 29.08.2022; accepted for publication 05.09.2022.

About the authors:

Galina S. Timokhina, Associate Professor of the Marketing Chair, Plekhanov Russian University of Economics (36 Streymyanny per., Moscow 117997, Russian Federation), Cand.Sci. (Econ.), Associate Professor, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7322-8063>, Scopus ID: 57221204007, Researcher ID: M-4416-2016, galinatimokhina@yandex.ru

Olga I. Popova, Associate Professor of the Marketing and Management Chair, Ural State University of Economics (62/45 St. March 8/Narodnaya Volya, Yekaterinburg 620000, Russian Federation), Cand.Sci. (Sociol.), Associate Professor, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9954-4259>, Researcher ID: AAF-9753-2019, o.popova63@mail.ru

Natalia B. Izakova, Associate Professor of the Marketing and Management Chair, Ural State University of Economics (62/45 St. March 8/Narodnaya Volya, Yekaterinburg 620000, Russian Federation), Cand.Sci. (Econ.), Associate Professor, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1316-2634>, Scopus ID: 57218249624, Researcher ID: AAQ-6542-2021, izakovan@gmail.com

Contribution of the authors:

G. S. Timokhina – research supervisor; development of methodology; collection of data and evidence; formalized data analysis; preparation of the initial and final version of the article.

O. I. Popova – collection of data and evidence; formalized data analysis; forming conclusions.

N. B. Izakova – conducting a critical analysis of materials and forming conclusions.

All authors have read and approved the final manuscript.