

УДК 378.126

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-223-230

Тетцоева Ольга Алексеевна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0001-5519-8585
e-mail: o.a.2442@yandex.ru

**Тетцоева Екатерина
Муратовна**
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-1080-8914
e-mail: ekaterina-mt@yandex.ru

Olga A. Tettsoeva
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0001-5519-8585
e-mail: o.a.2442@yandex.ru

Ekaterina M. Tettsoeva
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-1080-8914
e-mail: ekaterina-mt@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА В НОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье обоснована необходимость трансформации имиджа преподавателя в изменяющейся среде, сформулированы требования к имиджу преподавателя высшей школы в условиях новой цифровой реальности, определены этапы формирования имиджа. В исследовании использованы методы институционального и структурного анализа, методы системного анализа, методы исследования человеческого капитала, панельный метод исследования и сбора информации. Материалы статьи могут быть использованы для целей организации повышения квалификации преподавателей учебных заведений, организации тренингов и курсов по формированию и корректировке имиджа преподавателя. Также материалы статьи дают возможность понять роль имиджа преподавателя вуза в обеспечении эффективности его профессиональной деятельности в новой информационной среде и обосновать необходимость углубленных исследований в таких направлениях, как психология личности преподавателя в профессиональной деятельности, влияние личности преподавателя на эффективность образовательного процесса, влияние имиджа преподавателя на рейтинговые показатели эффективности вуза.

Ключевые слова: имидж, имиджформирующие факторы, коммуникации, образование, образовательный процесс, преподаватель, социум, студент, цифровая среда

Для цитирования: Тетцоева О.А., Тетцоева Е.М. Формирование имиджа преподавателя вуза в новой образовательной среде // Вестник университета. 2022. № 2. С. 223–230.

IMAGE ESTABLISHMENT OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION LECTURER IN THE NEW EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Abstract. The article justifies the need to transform the lecturer's (professor's) image in a changing environment, formulates the requirements for the image of a higher school lecturer (professor) in a new digital reality, determines the image formation stages. The study uses institutional and structural analysis methods, system analysis methods, human capital research methods, panel research and data collection method. The research paper can be used for the purposes of organising professional development for educational institutions lecturers (professors), organising trainings and courses on shaping and correcting the lecturer's (professor's) image. The article also gives an opportunity to understand the role of high education institution image in ensuring the effectiveness of his professional activities in the new information environment and substantiate the need for in-depth research in such areas as the psychology of teacher personality in professional activities, the impact of teacher personality on the educational process efficiency, the impact of lecturer's (professor's) image on the university's rating indicators.

Keywords: image, image making factors, communications, education, teaching process, lecturer, professor, society, student, digital environment.

For citation: Tettsoeva O.A., Tettsoeva E.M. (2022) Image establishment of a higher education institution lecturer in the new educational environment. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 223–230. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-223-230

Введение

Новая информационная среда функционирования вузов предопределяет изменение статуса преподавателя вуза как субъекта образовательной деятельности. Современное информационное пространство и переход к цифровым технологиям наряду с интеллектуальной составляющей усиливают значение уровня владения преподавателем способами рациональной систематизации знаний и их эффективного транслирования. В связи с этим актуализируются проблемы создания имиджа преподавателя вуза в соответствии с требованиями новой цифровой реальности.

© Тетцоева О.А., Тетцоева Е.М., 2022.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Tettsoeva O.A., Tettsoeva E.M., 2022.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Материалы и методы

Вопросам имиджа посвящены работы многих российских и зарубежных авторов. В частности, в работах Г. Моргана, К. Юнга, В. М. Шепеля, Т. А. Бусыгиной и других исследователей рассмотрены общие вопросы формирования имиджа [3; 19; 22; 28]. Имидж преподавателя вуза исследован в трудах С. И. Денисенко, Т. А. Бусыгиной, Л. П. Иноземцевой и других [3; 5; 8].

Имидж преподавателя высшей школы рассматривается как интегральная характеристика совокупности его качеств, способствующих эффективности преподавательской деятельности при передаче образовательной информации для формирования профессиональных компетенций слушателей. Имидж формируется на основе прямого контакта студентов с преподавателем. Под имиджем понимается мнение о преподавателе, которое складывается у студентов при непосредственном общении с ним.

Необходимо учитывать, что работа преподавателя вуза, в своей конечной цели определяемая потребностями экономики страны, проходит в новых реалиях развития современного социума. Это предопределяет ряд проблем высшей школы, одна из которых связана с формированием имиджа преподавателя как субъективного фактора повышения эффективности образовательной деятельности.

Вопросы формирования имиджа преподавателя рассматриваются в целом для учреждений высшего образования, однако реализация их происходит в конкретной реальности функционирования конкретного вуза. Важнейшая цель формирования имиджа вуза состоит в том, чтобы выделить его уникальность в глазах социума. Именно уникальность вуза является его конкурентным преимуществом на рынке образовательных услуг, формирующим привлекательность учебного заведения в глазах абитуриентов, что особенно важно в условиях сложной демографической ситуации, для которой характерно снижение рождаемости и, соответственно, снижение численности контингента абитуриентов, поступающих в вузы [18].

Имидж вуза базируется на нескольких составляющих, среди которых можно выделить материальную базу его функционирования, профессорско-преподавательский состав и студентов. В части выпускников оценить эффективность вуза, его имидж в обществе можно по степени их успешности с точки зрения карьерного роста и уровня оплаты труда. Чем больше выпускников известны в обществе, тем привлекательнее имидж вуза в глазах социума. Таким образом, именно в условиях вуза формируются и развиваются основные характеристики, формирующие образ преподавателя, поскольку чем известнее и престижнее вуз, тем образ преподавателя априори является более положительным для слушателей.

Традиционный метод преподавания, характерный для российской системы высшего образования, основан на односторонней коммуникации на всех учебных занятиях, вне зависимости от формы, в которой они проводятся, когда источником информации является, главным образом, преподаватель. Такая форма коммуникации в настоящее время становится совершенно неприемлемой, поскольку существует множество способов получения информации, помимо той, которую студент получает из общения с преподавателем. Доступ к глобальной сети «Интернет» предоставляет моментальный доступ к любой справочной и методической информации, литературным источникам и электронным ресурсам, касающимся обсуждаемой тематики.

Профессорами Школы перспективных исследований (SAS) Тюменского государственного университета были проведены исследования, целью которых являлось выделение слабых сторон российских студентов с точки зрения реализуемых в ведущих университетах мира образовательных моделей. К ним отнесены, во-первых, проблемы с логической аргументированностью своих утверждений, выражающиеся в неспособности оценивать аргументацию проблемы как логическую цепочку рассуждений, которая иногда приводит к неочевидному мнению о ней. Во-вторых, боязнь допустить ошибку при высказывании собственного мнения, если оно может быть неверным или не совпадает с ожиданием преподавателя в ходе дискуссии. В этом проявляется отсутствие свободы мышления, поскольку любой человек мыслит специфически, опираясь на полученные теоретические и практические знания. Однако выражать свое мнение, расходящееся с мнением преподавателя или мнением получившего от преподавателя одобрение студента, другие боятся. В-третьих, существует психологический барьер при постановке вопросов по сути изложенного материала с точки зрения его уточнения или дополнительного разъяснения. Если студент задает вопрос, то, как правило, это уточняющий вопрос, и чаще всего учащийся облекает его в утвердительную форму. Существует непонимание в необходимости вопросов для организации дискуссии, поскольку в дискуссии студенты не усматривают возможности получения более

обширных и углубленных знаний. В-четвертых, невозможность изменить собственную позицию даже в случае ее ошибочности. В-пятых, неэффективная обратная связь в образовательном процессе, когда работа над замечаниями преподавателя не рассматривается как составная часть учебного процесса. В-шестых, сложности в свободном обсуждении темы занятия, когда в дискуссии должны участвовать все слушатели. В-седьмых, проблема постановки исследовательского вопроса и формулирования собственной темы для исследования [25].

Образовательный процесс в современной информационной среде предполагает развитие принципиально новой, многосторонней коммуникации, подразумевающей активность каждого субъекта образовательного процесса, максимальную самостоятельность студентов и минимальный контроль преподавателя. При этом предполагается не просто повышение активности студентов с точки зрения возможности высказывания ими своего мнения, но и привнесение ими в образовательный процесс своих знаний. Такая форма коммуникации даст возможность, с одной стороны, отказаться от монополии преподавателя на истинное знание, а с другой – позволит каждому студенту конструировать его собственные знания. Реалии сегодняшнего времени предполагают необходимость не только формулировать сомнения относительно некоторого знания, но и получать опыт освоения аргументации в ходе дискуссии и спора.

У имиджа можно выделить два основных уровня. Во-первых, это уровень формирования имиджа, то есть определения тех факторов, которые формируют мнение студентов, когда они видят и слышат преподавателя. Во-вторых, это уровень реализации имиджа, который состоит в анализе тех компонентов, которые воспринимаются и формируют у студентов отношение к преподавателю [19].

Современный этап развития предполагает актуализацию вопросов, связанных с имиджем преподавателя вуза как субъекта, формирующего качественные характеристики трудового потенциала государства. При формировании эффективного имиджа преподавателя в условиях новой реальности требуется конкретизировать, какие имиджформирующие факторы необходимо разрабатывать, что предполагает определение структуры имиджа [2]. В структуре личностного имиджа преподавателя вуза можно выделить следующие его структурные составляющие.

1. Габитарная (от лат. *habitus*, что означает «внешность, наружность») составляющая имиджа включает все, что связано с внешностью человека: от конституции, определяющей его внешнюю привлекательность, до качества одежды и ее уместности, украшений, прически, макияжа и т. п., соответствующих требованиям профессии [14]. Необходимо учитывать, что габитарный имидж должен соответствовать ожиданиям целевой аудитории и вызывать у нее позитивное отношение [23; 24].

2. Вербальный имидж, который определяет уровень владения речью, выработку навыков передачи профессиональных знаний, позволяющих доносить информацию таким образом, чтобы она была максимально полно понята за счет правильного формулирования сообщения с учетом специфики аудитории [4]. Это предполагает преодоление коммуникационных барьеров, затрудняющих понимание материала, правильное использование подтекста, умение слушать и слышать [1; 9; 10; 12; 15].

3. Невербальный имидж – более древний, чем вербальный канал передачи информации, когда значительная ее часть воспринимается на подсознательном уровне [13; 16; 21]. Невербальное общение реализуется без использования звуковой речи – в качестве средств общения выступают мимика, жесты, позы, и взгляды, пространственное расположение, использование времени. Таким образом, основа невербального имиджа преподавателя – это зрительные, слуховые и другие ощущения и образы, получаемые от него студентами.

Вербальный и невербальный имидж в совокупности составляют коммуникативную компетентность преподавателя, под которой понимается взаимодействие участников образовательного процесса, ведущее как к личностным преобразованиям, так и личностной трансформации, когда в результате коммуникаций меняется не только личность студента как объекта образовательного процесса, но и преподавателя как субъекта профессиональной деятельности.

4. Средовой имидж, представляющий собой устойчивое мнение, которое складывается о человеке непосредственно по окружающей его среде: кабинету, рабочему месту, машине, телефону, ноутбуку и т. п. В эпоху цифровизации положительный имидж преподавателя вуза формирует наличие современной компьютерной техники и активное использование ее в ходе проведения занятий.

5. Овеществленный имидж, который транслируется через продукты деятельности преподавателя: качество подготовки лекционного материала, методического обеспечения учебного процесса, презентационного

сопровождения лекционных и практических занятий. При этом насыщенность материала должна исходить из основного принципа обучения взрослых людей – актуальности, то есть слушатель должен понимать, где и каким образом в практической жизни он сможет использовать полученные знания.

Основные результаты

Тренды развития образовательного процесса на ближайшую перспективу определяют траектории работы над имиджем преподавателя и его возможной корректировки. Среди них можно выделить основные, определяющие направленность указанного процесса.

1. Повышение качества образования направлено на практическую реализацию полученных студентами знаний. Основным принципом обучения взрослых людей является актуальность, когда студент понимает, где и каким образом он может использовать полученные знания, и не в далекой перспективе, а прямо сейчас. Этому должно способствовать, прежде всего, дальнейшее развитие проектной работы, осуществляемой под контролем преподавателя, когда члены команды получают возможности реализации профессиональных компетенций по бизнес-ориентированной тематике в контексте образовательной программы. В связи с этим можно говорить об усилении роли наставника в работе преподавателя и усилении соответствующих характеристик в структуре его имиджа.

2. Усиливаются требования к таким характеристикам преподавателя, как организационные способности и экспертные знания. При работе со студентами преподаватель должен организовать рациональную систему сбора, хранения и обмена информацией, учитывая тот факт, что работа над проектами может реализовываться не только в команде студентов одной группы курса, но и в команде студентов разных курсов, в международной команде, когда все должны делиться своими наработками и выводами, развиваясь, таким образом, в профессиональной среде, а также приобретая контакты и закрепляя их для дальнейшего профессионального взаимодействия. В соответствии с этим одним из основных треков развития имиджа преподавателя представляется необходимость владения им всеми дисциплинами образовательной программы, что позволит на основе приобретения поливалентной квалификации выполнять функции эксперта при руководстве проектной работой. Кроме того, дальнейшее развитие этого направления с упором на подготовку бизнес-ориентированных проектов в условиях глобализации знаний исходит из необходимости лингвистического развития преподавателя с точки зрения обязательного владения хотя бы одним иностранным языком, причем на уровне, позволяющем быстро интегрироваться в международные проектные команды.

3. Образовательный процесс реализуется в условиях ускоренного развития технологий e-learning (электронное обучение). Современная реальность сделала менее продуктивными занятия со студентами в режиме «реальной встречи». Для современного поколения характерны определенные ценности, определяющие эффективность обучения его представителей. К указанным ценностям можно отнести, в частности, цифровизацию всех сторон жизни, обеспечивающую моментальный доступ к любому виду информации через глобальную сеть, трансформацию социальных коммуникаций в сторону виртуальной реальности, желание обеспечить максимально быстрое получение результата. Любое высшее образовательное учреждение внедряет в свою работу онлайн-обучение, которое рассматривается не как средство замены преподавателя, а как дополнение традиционной системы передачи знаний [26; 27].

4. Геймификация образовательного процесса, поскольку именно игровой контент способствует развитию креативного мышления студентов и выработки у них гибких навыков (англ. *soft skills*), к которым относят навыки публичного выступления, делового общения, командной работы, умения решать задачи, навыки критического мышления и другие. Использование игровых техник дает возможность усилить интерес и обеспечить полную вовлеченность студентов в процесс усвоения знаний. Этот метод нашел широкое распространение в онлайн-обучении. Полное внедрение геймификации образовательного процесса обеспечивает потребность непрерывного образования для геймера. При этом превалировать будет сам процесс обучения, а игровые элементы дополняют его правилами, целями и системой балльной оценки [11].

5. Внедрение и развитие принципов адаптивного обучения, когда не студент подстраивается под преподавателя, а наоборот, образовательный процесс подстраивается под каждого студента. Процесс реализации адаптивных программ в образовании основан на построении индивидуальных образовательных траекторий с учетом уровня знаний и психофизиологических особенностей для каждого слушателя, в контексте

индивидуальных целей. К основным принципам построения адаптивной системы обучения с использованием цифровой среды относится персонализация, реализующаяся в возможности построения индивидуальной образовательной траектории; вариативность представления учебного контента; формирование целостного восприятия изучаемой дисциплины; направленность на достижение результатов обучения [6; 20].

6. Интегральный подход в образовании, предполагающий междисциплинарное обучение, когда междисциплинарные связи позволяют объединять знания и навыки разных сфер науки и профессиональной деятельности. Междисциплинарные связи дают возможность расширить компетентностный подход в образовании [7], когда на основе организации проблемно-ориентированного учебного процесса расширяются и углубляются уже существующие знания, а также на стыке изучаемых дисциплин создаются новые научные знания [17].

При этом движение по заданным образовательным траекториям обеспечивает высококвалифицированный мотивированный преподаватель современного вуза.

Таким образом, имидж преподавателя высшей школы необходимо рассматривать как субъективный фактор повышения эффективности образовательной деятельности. Формирование положительного имиджа можно представить в виде последовательности определенных действий по его формированию (или изменению).

1. Определение цели: каким вас должны воспринимать, то есть какой образ в наибольшей степени соответствует представлениям студентов о преподавателе.

2. Определение целевой аудитории и ее запросов. При этом необходимо учитывать, что к аудитории относят не только студентов, но и партнеров в лице других вузов, организаций-работодателей, в которых студенты проходят практику, а также средств массовой информации. Запросы аудитории могут существенно различаться.

3. Выделение сильных и слабых сторон преподавателя как субъекта преподавательской деятельности с учетом удовлетворения запросов или потребностей целевой аудитории. Здесь необходимо учитывать несовпадение субъективных факторов оценки преподавателем самого себя и объективного восприятия его имиджа целевой аудиторией.

4. Разработка имиджа, который соответствует требованиям современной аудитории, посредством нивелирования негативных сторон, препятствующих эффективному донесению знаний и их усвоению, то есть работа по повышению убедительности изменяемого или формируемого имиджа и одновременному усилению положительных характеристик как наиболее эффективная стратегия формирования образа преподавателя в глазах студентов и других заинтересованных целевых групп (рис. 1).



Составлено авторами по результатам исследования

Рис. 1. Этапы формирования имиджа преподавателя вуза

Среди основных направлений корректировки (разработки) имиджа преподавателя вуза в контексте его структурных составляющих в новой, постоянно меняющейся образовательной среде можно выделить следующие.

1. Корректировка габитарного имиджа предполагает адаптацию под современные требования внешнего образа преподавателя, начиная с работы над своей физической формой и заканчивая следованием тенденциям современной деловой моды. Проведенные авторами панельные исследования по изменению мнения студентов о структурных составляющих имиджа преподавателя показали, что вопросам габитарного имиджа отводится достаточно пристальное внимание. Студенты все больше внимания обращают на внешний вид, который в их сознании отождествляется с профессиональной успешностью.

2. Корректировка вербальной составляющей имиджа идет по пути лингвистического совершенствования. Стремительное развитие интернет-коммуникаций предопределяет необходимость владения иностранными языками, а также интернет-сленгом, распространенным среди пользователей «всемирной паутины».

3. Развитие овеществленного имиджа предполагает непрерывное повышение квалификации в контексте дисциплин, предусмотренных образовательной программой, в направлении получения поливалентной квалификации на базе широкого применения современных программных средств обучения.

Заключение

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что совершенствование материальной структуры образовательного процесса в условиях цифровизации создает условия и предопределяет необходимость трансформации характера образовательного взаимодействия в вузе в направлении построения партнерской системы взаимодействия преподавателя и студентов. Определяющая роль в этом процессе отводится имиджу преподавателя. В соответствии с этим процесс трансформации имиджа преподавателя вуза можно позиционировать как элемент развития всей системы высшего образования. Таким образом, повышение эффективности работы преподавателя на основе развития имиджформирующих факторов его профессиональной деятельности можно определить как вектор развития образовательной деятельности на обозримую перспективу.

Библиографический список

1. Бадмаев, Б. Ц., Малышев, А. А. Психология обучения речевому мастерству. – М.: ВЛАДОС – ПРЕСС, 2002. – 224 с.
2. Бегидова, С. Н. Современные требования к профессиональной деятельности педагога // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2017. – № 1(193). – С. 15–20.
3. Бусыгина, Т. А. Индивидуальный имидж как социально-перцептивный компонент профессиональной компетентности преподавателя вуза: автореф. дис. канд. пс. наук: 19.00.05. / Самарский государственный педагогический университет. – Самара, 2004. – 24 с.
4. Вишнякова, С. М. Профессиональное образование: словарь, ключевые понятия, термины, актуальная лексика. – М.: НМЦ СПО, 1999. – 538 с.
5. Денисенко, С. И. Некоторые тенденции изменения имиджа преподавателя вуза в современных условиях // Вестник МГЛУ. – 2016. – № 8 (747). – С. 64–72.
6. Елисеева, Е. В., Захарова, Н. И., Злобина, С. Н. Информационные технологии в образовательном процессе: монография. – Новосибирск: ЦРНС, 2015. – 196 с.
7. Зеер, Э. Ф., Павлова, А. М., Сыманюк, Э. Э. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход: учебное пособие. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2005. – 215 с.
8. Иноземцева, Л. П. Имидж преподавателя как составляющая его профессиональной личности // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 24 (239). – С. 231–232.
9. Калюжный, А. А. Психология формирования имиджа учителя. – М.: ВЛАДОС, 2004. – 222 с.
10. Мурашов, А. А. Педагогическая риторика. – М.: Педагогическое общество России, 2001. – 479 с.
11. Орлова, О. В., Титова, В. Н. Геймификация как способ организации обучения // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2015. – № 9 (162). – С. 60–64.
12. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учебное пособие. – СПб.: Знание, ИВЭС-ЭП, 2001. – 492 с.
13. Пиз, А. Язык телодвижений: как читать мысли других по их жестам / пер с англ., вступ. Н. Котляр. – Новгород: Ай Кью, 1992. – 262 с.

14. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук, 2001. – 318 с.
15. Спиллейн, М. Создайте свой имидж: Руководство для женщин / пер. с англ. – М.: Олма-пресс, 1996. – 149 с.
16. Степанов, С. С. Язык внешности. – М.: ЭКСМО, 2001. – 415 с.
17. Тарасова, И. М. Формирование компетенций на основе междисциплинарного подхода при изучении естественнонаучных дисциплин. // Современные наукоемкие технологии. – 2017. – № 9. – С. 146–150.
18. Фролова, О. В. Имидж как условие конкурентоспособности вуза // Высшее образование в России. – 2012. – № 6. – С. 121–126.
19. Шепель, В. М. Профессия имиджмейкер. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 528 с.
20. Шершнева, В. А., Вайнштейн, Ю. В., Кочеткова, Т. О. Адаптивная система обучения в электронной среде // Программные системы: теория и приложения. – 2018. – Т. 9, № 4 (39). – С. 159–177. <https://doi.org/10.25209/2079-3316-2018-9-4-3-159-177>
21. Энциклопедия этикета / сост. О. И. Максименко. – М.: Астрель, 2000. – 512 с.
22. Юнг, К. Психологические типы / пер. с нем. и англ. – Минск: Харвест, 2018. – 528 с.
23. Якушев, М. А. Технологии формирования имиджа. – М.: Телли, 2011. – 565 с.
24. Яровенко, И. Н. Профессиональный и личный имидж. – СПб.: Данис, 2014. – 471 с.
25. Российские студенты глазами иностранных профессоров // Школа перспективных исследований. Тюменский государственный университет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sas.utmn.ru/ru/russian-students/> (дата обращения: 18.01.2022).
26. Alvarez, C., Salavati, S., Nussbaum, M., Milrad, M. Collboard. Fostering new media literacies in the classroom through collaborative problem solving supported by digital pens and interactive whiteboards // Computers and Education. – 2013. – V. 63. – Pp. 368–379. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.019>
27. Ferguson, R. Learning analytics: Drivers, developments and challenges // International Journal of Technology Enhanced Learning. – 2012. – V. 4, No. 5/6. – Pp. 304–317. <https://doi.org/10.1504/IJTEL.2012.051816>
28. Morgan, G. Images of organization. – San Francisco: Berrett-Koehler Publishers; Sage Publications, 1998. – 349 p.

References

1. Badmaev B. Ts., Malyshev A. A. *Psychology of teaching speech skills*, Moscow, VLADOS-PRESS, 2002, 224 p. (In Russian).
2. Begidova S. N. Contemporary requirements to professional activity of the teacher, *Bulletin of Adyghe State University*, 2017, no. 1(193), pp. 15–20. (In Russian).
3. Busygina T. A. *Individual image as a socio-perceptual component of the professional competence of a university teacher*: Abstract of Dissertation of Candidate of Psychological Sciences: 19.00.05, Samara State Pedagogical University, Samara, 2004, 24 p. (In Russian).
4. Vishnyakova S. M. *Professional education: dictionary, key concepts, terms, current vocabulary*, Moscow, NMC SPO, 1999, 538 p. (In Russian).
5. Denisenko S. I. Some trends of image lecturer in modern conditions, *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 2016, no. 8 (747), pp. 64–72. (In Russian).
6. Eliseeva E. V., Zakharova N. I., Zlobina S. N. *Information technologies in the educational process: monograph*, Novosibirsk, ZRNS, 2015, 196 p. (In Russian).
7. Zeer E. F., Pavlova A. M., Symanyuk E. E. *Modernization of professional education: competency-based approach: training manual*, Moscow, Moscow Psychological and Social Institute, 2005, 215 p. (In Russian).
8. Inozemtseva L. P. Teacher's image as a component of his professional personality, *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2011, no. 24 (239), pp. 231–232. (In Russian).
9. Kalyuzhnyi A. A. *Psychology of teacher image formation*, Moscow, VLADOS, 2004, 222 p. (In Russian).
10. Murashov A. A. *Pedagogical rhetoric*, Moscow, Pedagogical Society of Russia, 2001, 479 p. (In Russian).
11. Orlova O. V., Titova V. N. Gamification as a way of learning organization, *Tomsk State Pedagogical University bulletin*, 2015, no. 9 (162), pp. 60–64. (In Russian).
12. Panfilova A. P. *Business communication in professional activities: training manual*, St. Peterburg, Znanie, IVESEP, 2001, 492 p. (In Russian).
13. Pease A. *Body language: how to read the thoughts of others by their gestures*, trans. from Eng., introd. N. Kotlyar, Novgorod, IQ, 1992, 262 p. (In Russian).
14. Pocheptsov G. G. *Communication theory*, Moscow, Refl-Book, 2001, 318 p. (In Russian).

15. Spillane M. *Presenting yourself: a personal image guide for women*, trans. from Eng., Moscow, Olma-press, 1996, 149 p. (In Russian).
16. Stepanov S. S. *Appearance language*, Moscow, EKSMO, 2001, 415 p. (In Russian).
17. Tarasova I. M. Formation of competences on the basis of interdisciplinary approach in case of study of natural-science disciplines, *Modern high technologies*, 2017, no. 9, pp. 146–150. (In Russian).
18. Frolova O. V. Image as a condition of university competitiveness, *Higher education in Russia*, 2012, no. 6, pp. 121–126. (In Russian).
19. Shepel V. M. *Profession image maker*, Rostov-on-Don, Feniks, 2008, 528 p. (In Russian).
20. Shershneva V. A., Vainshtein Yu. V., Kochetkova T. O. Adaptive system of web-based teaching, *Program systems: theory and applications*, 2018, vol. 9, no. 4 (39), pp. 159–177. (In Russian).
21. *Encyclopedia of etiquette*, comp. O. I. Maksimenko, Moscow, Astrel', 2000, 512 p. (In Russian).
22. Jung C. *Psychological types*, trans. from Ger. and Eng, Minsk, Harvest, 2018, 528 p. (In Russian).
23. Yakushev M. A. *Imaging technologies*, Moscow, Telli, 2011, 565 p. (In Russian).
24. Yarovenko I. N. *Professional and personal image*, St. Petersburg, Danis, 2014, 471 p. (In Russian).
25. Russian students through the eyes of foreign professors, *School of Advanced Studies. University of Tyumen*. Available at: <https://sas.utmn.ru/ru/russian-students/> (accessed 18.01.2022). (In Russian).
26. Alvarez C., Salavati S., Nussbaum M., Milrad M. Collboard. Fostering new media literacies in the classroom through collaborative problem solving supported by digital pens and interactive whiteboards, *Computers and Education*, 2013, vol. 63, pp. 368–379. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.019>
27. Ferguson R. Learning analytics: Drivers, developments and challenges, *International Journal of Technology Enhanced Learning*, 2012, vol. 4, no. 5/6, pp. 304–317. <https://doi.org/10.1504/IJTEL.2012.051816>
28. Morgan G. *Images of organization*, San Francisco, Berrett-Koehler Publishers, Sage Publications, 1998, 349 p.