

В ходе эмпирического исследования выявлено то, какие имиджевые характеристики клиенты студии считают важными. И как они формируются через социальные сети.

Также разработаны рекомендации по использованию социальных сетей для формирования имиджевых характеристик: повышение разнообразия контента, развитие существующих социальных сетей и выход на новые платформы.

Успешное формирование имиджа студии одежды требует комплексного подхода, объединяющего качество продукции, стиль, уникальность дизайнерских решений и активное взаимодействие с клиентами.

- 
1. Bernays E. Crystallizing Public Opinion. 1923 – 89 с.
  2. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. 2014 – 281 с.
  3. Fuchs C. Social Media: A Critical Introduction. 2013 – 304 с.
  4. Гаврилова Н.П. Имидж и репутация бренда. – Москва: Альпина Паблишер, 2019 – 63 с.
  5. Исаева Е.А. Управление имиджем модных брендов. – Екатеринбург: УралГТУ, 2021 – 110 с.
  6. Смирнова Е.С. Коммуникационные технологии в fashion-бизнесе. – Москва: Вышка, 2019.

УДК 374

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЁМОВ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УЧИТЕЛЯ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ ПРЕСТИЖА ПРОФЕССИИ (НА ПРИМЕРЕ МБОУ СОШ № 33, г. ВЛАДИВОСТОК)**

**Г.С. Овчинникова**, бакалавр  
**Т.В. Метляева**, канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В данной статье исследуются подходы к пониманию имиджа учителя и его влияние на престиж профессии. Анализируются ключевые компоненты имиджа педагога, включая профессиональные, личностные, коммуникативные и визуальные аспекты. Рассматривается взаимосвязь между восприятием имиджа учителя обществом и престижем педагогической профессии в целом. Особое внимание уделяется современным вызовам и трансформации имиджа учителя в информационном обществе. Представлены рекомендации по формированию и совершенствованию позитивного профессионального имиджа учителя, способствующего повышению привлекательности педагогической деятельности. Статья основана на анализе научной литературы, социологических и эмпирического исследований. В эмпирической части анализируется имидж коллектива учителей МБОУ СОШ № 33, г. Владивосток.

**Ключевые слова:** имидж учителя, престиж профессии, профессиональный имидж, личностный имидж, коммуникативные навыки, визуальный образ, образовательная среда, информационное общество, совершенствование имиджа, педагогическая этика.

## **RESEARCH OF TEACHER IMAGE FORMATION TECHNIQUES IN THE CONTEXT OF PROFESSION PRESTIGE INCREASE (BY EXAMPLE OF MBOU SCHOOL NO. 33, VLADIVOSTOK)**

**Abstract.** This article examines approaches to understanding the image of a teacher and its impact on the prestige of the profession. The key components of the teacher's image are analyzed, including professional, personal, communicative and visual aspects. The article considers the relationship between the perception of the teacher's image by society and the prestige level of the teaching profession. Special attention is paid to modern challenges and transformations of the teacher's image in the information society. Recommendations on the formation and improvement of a positive

*professional image of a teacher, which contributes to increasing the attractiveness of pedagogical activity, are presented. The article is based on an analysis of scientific literature, sociological research and empirical observations.*

**Keywords:** teacher's image, prestige of the profession, professional image, personal qualities, communication skills, visual image, educational environment, information society, image improvement, pedagogical ethics.

Актуальность формирования имиджа учителя обусловлена многофакторным воздействием на профессиональную сферу, образовательный процесс и социокультурный контекст. Снижение социального престижа профессии, обоснован низкой оплатой труда, высокой нагрузкой и недостатком ресурсов, что формирует негативный имидж и, как следствие, препятствует привлечению молодых специалистов. Изменение требований к педагогам, включающее развитие их цифровых компетенций и интенсивное овладение современными технологиями учащимися, создаёт диссонанс между общественными ожиданиями и реальными возможностями учителя, что негативно сказывается на восприятии профессии в целом.

Отсутствие системных мер по формированию позитивного имиджа, включая публикации в СМИ, когда сообщения в пабликах часто являютсяискажёнными, закрепляя негативные стереотипы в отношении к учителю, а также программ их поддержки приводят к демотивации, профессиональному выгоранию и снижению качества образования. Формирование привлекательного имиджа педагога непосредственно влияет на престиж профессии, социальное признание и общественное мнение об образовании в целом. В условиях современных вызовов, в основном информационного воздействия, трансформация роли учителя и растущая конкуренция, целенаправленное формирование позитивного имиджа становится необходимым условием профессиональной деятельности педагога и развития системы образования. Это предполагает комплексную работу над профессиональными и личностными качествами, коммуникативными навыками и эффективным взаимодействием со всеми участниками образовательного процесса.

Объект исследования – имидж учителя.

Предмет исследования – имидж учителя в контексте повышения престижа профессии.

Цель – Исследовать приёмы совершенствования имиджа учителя на примере МБОУ СОШ № 33 г. Владивостока в контексте повышения престижа профессии.

Задачи исследования

- провести анализ теоретических подходов к определению понятий имидж, профессиональный имидж, имидж учителя;
- исследовать методы оттенки профессионального имиджа;
- проанализировать восприятия имиджа учителе целевыми группами школы №33.

Методология исследования: в работе использовался аксиологический и адаптационный подходы, метод анализа и синтеза: анализ литературы, в практической части использовался метод опроса в форме анкетирования и интервьюирования (табл. 1).

Таблица 1

#### **Анализ определения понятия «имидж» В современной науке есть несколько подходов к определению понятия имиджа**

Подход	Автор	Цитата
Социокультурный подход позволяет рассмотреть имидж как социально-конструируемый феномен, отражающий культурные ценности, социальные нормы и стереотипы.	Г.Г. Почепцов	Это наиболее экономный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности; как результат обработки информации; как свёрнутый текст; как коммуникативную единицу, посредством которой можно работать с массовым сознанием.

Окончание табл. 1

Подход	Автор	Цитата
Имидж с точки зрения социокультурного подхода – это не просто индивидуальное восприятие, а продукт коллективного сознания, опосредованный социальными взаимодействиями и культурным контекстом.	Е.Н. Богданов В.Г. Зазыкин, О.В. Данчеева и Ю.М. Швалб	Это набор значений, благодаря которым какой-либо объект становится известным и, с помощью которых люди определенным образом описывают его, запоминают, относятся к нему.
С точки зрения психологического подхода имидж рассматривается как субъективный образ, формирующийся на основе личного опыта, убеждений и эмоций. Он может отражать как реальные, так и вымышленные характеристики объекта.	А. Панасюк	Это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо.
	Е.А. Блажнов	Это визуальный образ объекта, который оказывает эмоциональное воздействие на людей.
	В. Музыкант	Искусственная имитация или внешний вид объекта, человека. Основные характеристики имиджа: Синтетичность, т.е. Создание с чётко определённой целью, для достижения конкретной цели, формирование заранее заданного представления; доверие, базирующееся в основном на отсутствии прямого контакта с человеком; застывшая форма, невосприимчивая к изменениям внешней среды, – человек должен себя «подгонять» под уже существующий имидж; схематичность и упрощённость – имидж ещё не является полным представлением об объекте, человеке, он лишь высвечивает единственный штрих, грань.
	Ф. Китчен	Набор смыслов и значений, при помощи которых люди описывают, запоминают и формируют своё отношению к объекту. Это результат взаимодействия человеческих убеждений, идей, чувств и впечатлений об объекте.
	О.В. Лысикова Н.П. Лысикова	Это определённый образ, который личность, его «я», представляет окружающим, своего рода форма самопрезентации, при которой подчёркиваются сильные стороны и скрываются недостатки.
Маркетинговый подход: фокусируется на использовании имиджа как инструмента маркетинга и управления восприятием бренда или продукта. Имидж в данном случае – это целенаправленно создаваемый образ, призванный влиять на потребительское поведение и повышать продажи.	Ф. Котлер	Это набор представлений, идей и впечатлений индивида о том или ином объекте, в значительной степени определяющих установки потребителя и его действия по отношению к объекту.

Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе имиджа современного учителя с позиций всех стейкхолдеров образовательного процесса (администрация, педагогический коллектив, учащиеся, родители), позволяющем выявить ключевые факторы, влияющие на престиж профессии и разработать дифференцированные стратегии повышения её привлекательности.

В своём дальнейшем исследовании мы будем опираться на определение Ф. Котлера, важное с точки зрения потребительского поведения. Что в контексте восприятия имиджа учителя очень важно, так как на протяжение определённого времени он контактирует с целевой аудиторией, воспринимающей как самого педагога, так и оценивающей его имидж и формирующей своё отношение к нему.

«Имидж педагога – сложившийся стереотип образа в представлении учащихся, коллег, социального окружения. В развитии личностно-педагогического имиджа и индивидуального стиля педагогической деятельности приоритетным считается становление личностного

имида. как условие формирования педагогического профессионального имиджа» (С.Н. Захарова) [2. с.16]

Опираясь на характеристику педагогического имиджа, можно определить основные его структурные компоненты:

1. *Индивидуально-личностный компонент*: Включает в себя габитарные и кинетические характеристики, а также личностные и профессиональные качества педагога, проявляющиеся в индивидуализированном стиле педагогической деятельности. Данный компонент отражает уникальность преподавателя как личности и профессионала.

2. *Мотивационный компонент*: Охватывает мотивационные факторы, побуждающие педагога к формированию и поддержанию позитивного педагогического имиджа. Этот компонент раскрывает осознанность преподавателя в отношении своего имиджа и его стремление к профессиональному самосовершенствованию.

3. *Когнитивный компонент*: Представляет собой совокупность знаний, обеспечивающих понимание сущности педагогической деятельности и определяющих выбор стратегий и методов её реализации. Развитость когнитивного компонента свидетельствует о теоретической подготовленности педагога.

4. *Деятельностный компонент*: Включает практические умения, навыки и накопленный опыт успешной реализации педагогических действий. Данный компонент отражает практическую реализацию профессиональных компетенций педагога.

5. *Аксиологический компонент*: Состоит из ценностно-смысовых установок и отношений педагога к содержанию и результатам своей профессиональной деятельности. Этот компонент демонстрирует мировоззренческую позицию педагога и его педагогическое кredo [3, 4].

Профессиональный имидж представляет собой черты облика человека как субъекта деятельности, отражающие степень его профессиональной успешности. Он стимулирует рост авторитета, расширяет перспективы профессиональной карьеры, выступает условием профессиональной самореализации, достижения профессиональных вершин.

Основными составляющими педагогического имиджа являются:

- внешний облик;
- использование верbalных и невербальных средств общения;
- внутреннее соответствие образа профессии – внутреннее «Я»;
- личностные качества;
- профессиональные умения.

Не менее важным аспектом помимо понимания составляющих компонентов целостного имиджа, особенно профессионального, является определение методов его оценки.

Рассмотрим методы, которые использовались в данном исследовании:

1. Метод опроса в форме анкетирования:

*Суть метода* заключается в сборе информации с помощью специально разработанных анкет, которые могут быть направлены на различные группы респондентов: учеников, родителей, коллег, администрацию школы.

*Преимущества*: Возможность охвата большого числа респондентов, анонимность повышает откровенность ответов, лёгкость обработки результатов.

*Недостатки*: Возможность искажения информации из-за предвзятости респондентов, неполного понимания вопросов, социальной желательности ответов. Необходимо тщательно разрабатывать анкету, чтобы избежать неточностей и неоднозначных формулировок.

2. Метод наблюдения:

*Суть метода*: Систематическое наблюдение за деятельностью учителя на уроках и во внеучебной работе. Может быть, как включённым, когда наблюдатель участвует в процессе, так и невключенным, если наблюдатель остаётся сторонним наблюдателем [5].

*Преимущества*: Получение непосредственной информации о поведении учителя, его стиле общения, методике преподавания.

*Недостатки:* Субъективность наблюдения зависит от опыта и взглядов наблюдателя, эффект наблюдателя изменение поведения учителя под влиянием наблюдения, ограниченность во времени и пространстве.

### 3. Метод интервьюирование:

*Суть метода:* Беседа с учителем, учениками, родителями, коллегами и администрацией школы, направленная на выявление их мнения об имидже учителя.

*Преимущества:* Возможность получить подробную информацию, уточнить непонятные моменты [6].

*Недостатки:* Значительные затраты времени, возможность субъективности ответов, зависимость от навыков интервьюера.

После анализа возможных методов исследования имиджа учителя в дальнейшем исследовании будут использоваться следующие методы: анкетирование, интервьюирование и включённое наблюдение.

По результатам проведённого интервью с администрацией и учителями школы № 33, можно выделить следующие характеристики. Администрация, признавая важность имиджа, фокусируется преимущественно на внешних атрибуатах, таких как дресс-код, упуская из виду коммуникативные аспекты, индивидуальные особенности педагогов и влияние родительского мнения.

Ограниченнное понимание администрацией многогранного понятия имиджа создаёт риск навязывания формальных решений, не учитывающих ни потребности педагогов, ни ожидания учеников и их родителей.

Данный аспект требует значительной корректировки так как именно администрация принимает все основные решения по развитию школы и её персонала.

Интервью с учителями указало на, наличие проблемы профессионального выгорания и демотивации что представляет серьёзную угрозу для формирования позитивного имиджа.

Выявленная неоднородность имиджа учителей в школе №33 требует разработки комплексной стратегии, включающей:

- повышение информированности администрации о составляющих имиджа учителя в комплексе;
- активное вовлечение педагогов в процесс формирования не только своего профессионального имиджа, но и образа школы в целом.
- внедрение программ поддержки психологического благополучия учителей и профилактики профессионального выгорания;
- развитие коммуникации, получения обратной связи и открытого диалога между администрацией, педагогами, учениками и родителями.

Далее было проведено анкетирование среди родителей и учеников, в котором приняли участие 154 родителя и 213 учащихся школы № 33 и проанализировав ответы обеих анкет удалось выявить следующие характеристики.

Обе группы: родители (90 %), и ученики (82 %) в целом положительно оценивают профессионализм и подготовку учителей. Что можно выделить как основную сильную сторону их имиджа.

*Важность качеств учителя.* Обе группы считают профессиональные качества учителя важными. Родители ставят их на первое место (33 %), а ученики – на второе (21 %), уступая Доверительному отношению с учениками (32 %).

*Внеучебная деятельность.* Обе группы ценят внеучебную деятельность. Для родителей это третья по значимости отличительная черта школы (26 %), а для учеников – вторая (30 %).

*Необходимость улучшения инфраструктуры.* И родители, и ученики указывают на необходимость улучшения школьной инфраструктуры (25 % родителей и 30 % учеников выбрали этот пункт для улучшения имиджа). Это может быть связано с потребностью ремонте и обновлении оборудования.

Различия ответов.

*Первое впечатление.* Родители в целом более позитивно оценили первое впечатление о школе (78% положительных отзывов) по сравнению с учениками (70%). Это может быть связано с разными ожиданиями и критериями оценки.

*Качество образования.* Родители оценили качество образования выше (75% положительных оценок), чем ученики (60%). Это может указывать на разрыв между восприятием качества образования родителями и реальным опытом учеников.

*Информированность о жизни школы.* Родители чувствуют себя более информированными о жизни школы (80% получают достаточно информации), чем ученики (70%). Это может свидетельствовать о необходимости улучшения коммуникации со школьниками.

*Источники информации.* Родители чаще всего получают информацию от классного руководителя и через WhatsApp, в то время как ученики – от классного руководителя и старосты класса. Это говорит о том, что разные группы предпочитают разные каналы коммуникации. И то что ученики чаще могут получить информации лично от классного руководителя.

*Роль учителя.* Родители чаще видят учителя как наставника и вдохновителя, в то время как ученики предпочитают роль учителя-друга и учителя-собеседника. Это различие в восприятии роли учителя может быть связано с возрастными особенностями и потребностями разных групп.

*Приоритетные качества учителя.* Для родителей важнее всего профессиональные качества, справедливость в оценках и доверительные отношения, в то время как для учеников – справедливость в оценках, поведение в классе и профессиональные качества. Ученики больше внимания уделяют личностным качествам и взаимодействию с учителем, что может быть связано с тем что они чаще пересекаются с учителями.

Как важные атрибуты внешнего облика учителя родители отмечают опрятность (30%), строгость (20%) и практичность в тоже время ученики выделяют опрятность (28%), индивидуальность (23%) и практичность. Опрятность и практичность учителя –это ключевые атрибуты, важные как для родителей, так и для учеников. Родители больше ценят строгость, ассоциируя её с авторитетом и дисциплиной, в то время как ученики отдают предпочтение индивидуальности, видя в учителе не только наставника, но и интересную личность.

Результаты анкетирования демонстрируют разницу восприятия имиджа школы и учителей родителями и учениками.

Хотя высокий профессионализм педагогов признаётся ключевой сильной стороной школы обеими группами, расстановка приоритетов в отношении других составляющих имиджа различается.

Родители делают акцент на профессиональных качествах и доверительных отношениях, воспринимая учителя как наставника, в то время как для учеников важнее справедливость, поведение учителя в классе и коммуникация на равных, ближе к модели "учитель-друг".

Эта разница во мнениях подчёркивает необходимость адаптивной стратегии формирования имиджа, учитывающей специфику целевых аудиторий. Необходима дальнейшая работа по выравниванию информационного поля, совершенствованию инфраструктуры и развитию педагогических компетенций, ориентированных на построение эффективной коммуникации с учениками и укрепление их доверия.

После проведения анализа ответов анкеты было выполнено исследование методом включённого наблюдение за учителями во время работы анализ проводился, разделяя учителей на категории. Младшие и ставшие классы, более опытные и менее опытные учителя.

Учителя старших классов, несмотря на высокий уровень знаний и опыта, сталкиваются с проблемами в мотивации учеников и взаимодействии с ними. Давление в преддверии экзаменов и ограниченность в методах преподавания негативно сказывается на учебном процессе.

Учителя младших классов успешно используют разнообразные методы обучения, что делает уроки более привлекательными для детей. Они проявляют уважение к ученикам и стремятся создать позитивную атмосферу. Однако стоит отметить, что излишняя снисходительность может привести к недисциплинированности.

*Молодые учителя* (1–5 лет стажа): демонстрируют высокое знание предмета и стремятся к применению нестандартных методов обучения (тренинги, игропрактики), что способствует быстрому усвоению материала. В создании имиджа они ориентируются на «авторитетного взрослого», балансируя между строгостью и доброжелательностью, что удается не всем. Внешний вид современный, стильный и опрятный, вербальный имидж – ясный и вежливый, но невербальный – иногда неконтролируем из-за эмоциональности или чрезмерной сдержанности. Успешность в завоевании авторитета у учеников не постоянна так как не все соблюдают грань мягкости и строгости и тогда стиль общения становится попустительским.

*Учителя старшего поколения* (20+ лет стажа): обладают глубокими предметными знаниями и опытом работы с разными категориями учащихся. Их методы преподавания, хотя и эффективны, часто традиционны и более устаревшие. Взаимодействие с учениками более формальное и консервативное, общение строгое, иногда с переходом на агрессивность при непослушании. Внешний вид опрятный, но классический, без ярких элементов. Вербальный имидж профессиональный, но может быть монотонным. Невербальный – сдержанный, с минимальной мимикой и жестикуляцией, иногда демонстрирующий усталость. Транслируемый имидж – консервативный и строгий, что может снижать заинтересованность учеников. Однако, среди учителей старшего поколения есть исключения, использующие нестандартные методы и проявляющие искренний интерес к своей работе, что положительно влияет на учеников.

Исследование выявило взаимосвязь между педагогическим стажем, применяемыми методиками преподавания и формируемым имиджем учителя. Молодые педагоги, демонстрируя инновационные подходы и современный стиль, сталкиваются с трудностями в установлении баланса между дружелюбием и авторитетом, что влияет на стабильность взаимодействия с учениками. Учителя старшего поколения, обладая богатым опытом и глубокими знаниями, зачастую придерживаются традиционных, менее интерактивных методов, что может снижать мотивацию учащихся. Несмотря на общий высокий уровень профессионализма, выявленная диспропорция между методической гибкостью и коммуникативными стратегиями что требует разработки программ повышения квалификации, ориентированных на интеграцию современных образовательных технологий и развитие эмоционального интеллекта педагогов для более эффективного взаимодействия с учениками разных возрастных групп. Особого внимания заслуживает проблема мотивации учащихся старших классов, требующая пересмотра существующих подходов к преподаванию в контексте высокой нагрузки и предэкзаменацонного стресса.

На основании результатов исследования имиджа учителя были сформированы следующие рекомендации.

*1. Мероприятия, направленные на взаимодействие с администрацией школы:*

1. Проведение семинара для директора и административного персонала, акцент на формировании позитивного имиджа школы и понимании компонентов имиджа учителя. Администрация играет ключевую роль в создании общего имиджа образовательного учреждения. Позитивный имидж школы способствует привлечению учеников и родителей, а также повышает доверие в отношении к педагогическому коллективу.

2. Проведение семинара, способствует повышению профессионализма и личного стиля административно-управленческого аппарата школы, поддерживать учителей и создавать условия для их успешной работы.

*2. Работа с учителями:*

1. Тренинг «Стресс-менеджмент и управление конфликтами». Учителя часто сталкиваются с высоким уровнем стресса, что может привести к выгоранию. Освоение техник управления стрессом помогает сохранить психоэмоциональное здоровье и улучшить качество преподавания.

2. Конфликты – неотъемлемая часть взаимодействия в школьном коллективе. Умение конструктивно разрешать конфликты – важный навык для любого учителя.

**3. Семинар: Приемы формирования профессионального имиджа. Позитивный имидж педагога – ключ к доверительным отношениям с учениками и родителями, повышению авторитета и эффективности обучения.**

Семинар по формированию дресс-кода учителя. Дресс-код – важная часть профессионального имиджа, отражающая ответственность и уважение к профессии.

Тренинг на поиск внутренних ресурсов, а также выявление и устранение причин демотивации. Понимание факторов, способствующих демотивации, позволяет разрабатывать стратегии для их устранения, что повышает удовлетворённость работой.

Внедрение профилактики выгорания включающая в себя различные тесовые методики. Использование проверенных методик, таких как техники В.В. Бойко и Н.Е. Водопьянова, помогает учителям справляться с эмоциональными нагрузками и предотвращать выгорание.

Обучение современные методики преподавания учителей с большим опытом: это помогает учителям создать более эффективный образовательный процесс, учитывающий особенности возрастной группы.

**Обучение интерактивным методам:** Эти методы активизируют учащихся, способствуют их вовлеченности в процесс обучения и формируют позитивный климат в классе.

Тренинг для учителей младших классов, направленный на соблюдение баланса между креативностью и дисциплиной: Умение находить этот баланс критически важно для создания комфортной учебной среды, где дети могут развиваться творчески, но при этом соблюдать правила.

Внедрение системы поощрения использования инновационных методов преподавания, чтобы мотивировать педагогов к профессиональному развитию и внедрению новых подходов.

### *3. Работа с учениками и родителями:*

**Система обратной связи:** Внедрение системы сбора обратной связи от учеников через анкетирование, индивидуальные беседы, чтобы учитывать их мнение и потребности, а также понимать какие проблемы испытывает ученик чтобы вовремя помочь их решить.

Проведение родительских собраний, посвящённых вопросам имиджа учителей и его влияния на образовательный процесс, чтобы повысить осведомлённость родителей и создать атмосферу взаимопонимания.

Улучшение инфраструктуры и оборудования школы. Это даст возможность учащимся более полноценно получать знания и активно развиваться. Также снизит количество жалоб от родителей из-за проблем своих детей.

Предложенная стратегия направлена на создание позитивного имиджа учителей школы №33 через комплексный подход, учитывающий интересы всех заинтересованных сторон. Если МБОУ СОШ №33 внедрит данные рекомендации, то это способствует формированию позитивного имиджа учителя и повысит заинтересованность детей на уроках и успокоит родителей.

---

1. Словарь по имиджелогии / сост. Т. Быстрова. 2008. – URL: [https://taby27.ru/studentam\\_aspirantam/image\\_wse/image\\_glossary.html](https://taby27.ru/studentam_aspirantam/image_wse/image_glossary.html)(дата обращения: 24.03.2025).

2. Захарова С.Н. Имидж педагога как составляющая профессиональной компетентности. – Текст: непосредственный // Молодой учёный. – 2016. – № 5 (109). – С. Т.1. 16-18. – URL: <https://moluch.ru/archive/109/26316/> (дата обращения: 24.03.2025).

3. Камышева Е.Ю. Педагогический имидж как условие продуктивной профессиональной деятельности преподавателя // проблемы современного педагогического образования. 2021. №70-4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskiy-imidzh-kak-usloviye-produktivnoy-professionalnoy-deyatelnosti-prepodavatelya> (дата обращения: 24.03.2025).

4. Овчинникова А.М., Шульга Н.В. Основы имиджелогии: конспект лекций / Омский гос. ун-т путей сообщения. – Омск, 2019. – 55 с. – URL: [https://www.promgups.ru/kafedra/wpcontent/uploads/2019/04/Osnovy\\_imidzhelogii-1.pdf](https://www.promgups.ru/kafedra/wpcontent/uploads/2019/04/Osnovy_imidzhelogii-1.pdf) (дата обращения: 25.03.2025).

5. Кошлякова М.О. Социологические методы исследования имиджа // Сервис + 2011. №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologicheskie-metody-issledovaniya-imidzha> (дата обращения: 12.01.2025).

6. Кыштымова И.М. Методология и методы исследований имиджа // Психология в экономике и управлении. 2013. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-i-metody-issledovaniy-imidzha> (дата обращения: 12.01.2025).

УДК 378.147.31

## ПОСЛЕДНИЕ ТРЕНДЫ В ЦИФРОВИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

С.В. Синенко, бакалавр  
А.Л. Мазелис, канд. физ.-мат. наук

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** Современная эпоха характеризуется быстрым ростом цифровых технологий, оказывающих значительное воздействие на различные сферы человеческой деятельности, включая образование. Высшее образование постепенно переходит от традиционных методов преподавания к новым, основанным на цифровизации. Это влечет за собой глубокие преобразования всей образовательной системы, влияя на роль преподавателей, структуру учебных программ и способы взаимодействия студентов с контентом. Понимание текущих трендов цифровизации имеет огромное значение для эффективного планирования и модернизации образовательной среды.

**Ключевые слова:** цифровизация образования, образовательные технологии, персонализация обучения, искусственный интеллект, виртуальная реальность, инновации в образовании.

### LATEST TRENDS IN DIGITALIZATION OF HIGHER EDUCATION

**Abstract.** The modern era is characterized by the rapid growth of digital technologies, which have a significant impact on various areas of human activity, including education. Higher education is gradually moving from traditional teaching methods to new ones based on digitalization. This entails profound transformations of the entire educational system, affecting the role of teachers, the structure of curricula, and the ways in which students interact with content. Understanding current digitalization trends is of great importance for effective planning and modernization of the educational environment..

**Keywords:** digitalization of education, educational technologies, personalization of learning, artificial intelligence, virtual reality, innovations in education.

В последние годы цифровизация стала одним из ключевых направлений модернизации образовательных систем, заняв центральное место в обсуждениях и дебатах о будущем высшего образования. Революционные изменения, произошедшие в области технологий, привели к глубоким трансформациям в привычных подходах к обучению, изменив традиционные роли преподавателей и студентов.

Одним из наиболее заметных эффектов цифровизации стало изменение формата и содержания учебных программ. Вместо статичного набора лекций и практических занятий современная образовательная среда включает разнообразные цифровые ресурсы: от видеолекций и онлайн-тестов до виртуальных лабораторий и интерактивных симуляций. Эти технологии позволяют сделать обучение более гибким, доступным и интересным, предоставляя студентам свободу выбора времени и места для изучения материала.

Цифровизация преобразовала и методы взаимодействия между участниками образовательного процесса. Если раньше взаимодействие происходило преимущественно в стенах аудитории, то сегодня онлайн-форумы, чаты и вебинары стали неотъемлемой частью учебного процесса.