

DOI 10.26105/SSPU.2023.86.5.011

УДК 37.015.4:378.12

ББК 60.561.9-7в6+74.480.42в6

Т.А. ЗАГЛОДИНА,
Л.Э. ПАНКРАТОВА**ИМИДЖ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ
ШКОЛЫ В ОЦЕНКАХ СТУДЕНТОВ**T.A. ZAGLODINA,
L.E. PANKRATOVA**THE IMAGE OF A HIGHER EDUCATION
TEACHER IN STUDENTS' EVALUATIONS**

Статья посвящена анализу понятия «имидж» в современной научной литературе, его роли в формировании корпоративного имиджа вуза в условиях конкуренции в сфере реализации образовательных программ и повышении качества образования. Целью исследования являлся анализ оценок студентов высших учебных заведений имиджа преподавательского состава. Проведено онлайн-анкетирование студентов в количестве 106 человек. Респондентам было предложено оценить имидж преподавателей по нескольким основным составляющим индивидуального имиджа. Результаты исследования показали, что в целом, студенты оценивают компоненты имиджа педагогов достаточно высоко. Исследование показало некоторые недостатки в кинетическом и ольфакторном составляющих имиджа, выявило некоторые барьеры, связанные с восприятием и усвоением информации студентами из-за несоответствия имиджа преподавателя их представлениям. На основе визуальных оценок студентов дана характеристика идеального представления об имидже преподавателя среди современных студентов. Представленные материалы могут быть использованы для принятия управленческих решений в части развития корпоративного имиджа высших учебных заведений.

The article is devoted to the analysis of the concept "image" in modern scientific literature, its role in the formation of the corporate image of the university in terms of competition in the market of educational services and improving the quality of education. The aim of the research was to analyze the higher education students' evaluations of the faculty's image. An online questionnaire survey of 106 students was conducted. The respondents were asked to evaluate the teachers' image according to several main components of individual image. The results of the study showed that, in general, students rated the components of teachers' image quite highly. The study showed some shortcomings in the kinetic and olfactory components of the image, revealed some barriers related to the perception and assimilation of information by students due to the inconsistency of the teacher's image with their perceptions. Based on the students' visual assessments, a characterization of the ideal perception of a teacher's image among today's students is given. The presented materials can be used for making managerial decisions regarding the development of the corporate image of higher education institutions.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: имидж, имидж преподавателя вуза, составляющие имиджа, образ, качество образования, реализация образовательных программ, корпоративный и индивидуальный имидж.

KEY WORDS: image, image of university teacher, image components, image, quality of education, educational services market, corporate and individual image.

ВВЕДЕНИЕ. В условиях реализации образовательных программ проблемы, связанные с конкуренцией и позиционированием высших учебных заведений, а, следовательно, и с вопросами формирования имиджа как организации, так и сотрудников вуза, становятся все актуальнее и в теоретическом, и практическом плане. Одной из составляющих

корпоративного имиджа вуза, как и любой другой организации, является имидж руководителя и профессорско-преподавательского состава. Абитуриенты при выборе места учебы сегодня знакомятся не только с информацией, представленной на сайте вуза, но и с отзывами обучающихся там студентов. Кроме того, выбор студентами факультативов и майноров (предметов по выбору в рамках дополнительной подготовки) также зависит от личности преподавателя, его умения формировать собственный позитивный имидж. Соответственно повышается и привлекательность предоставляемой образовательной программы, напрямую зависящей от субъекта данной деятельности. Все это говорит о том, что вопросы, связанные с формированием позитивного имиджа преподавателя высшей школы, сегодня являются неотъемлемой составляющей качества образования. Профессиональная компетентность преподавателя вуза сегодня должна включать в себя не только владение дисциплиной («знаниевая» компонента), но и умение донести эти знания до обучающихся с наименьшими смысловыми потерями. А в этом ему и помогает целенаправленная деятельность по формированию позитивного образа. Немногочисленные исследования, посвященные данной теме, говорят о важности для студентов имиджа преподавателя. Так проводимое пилотное исследование в Казанском национальном исследовательском технологическом университете в 2021 году среди 400 студентов показало, что более половины респондентов считают внешний вид преподавателя «очень важным» и «скорее важным» для имиджа «идеального преподавателя» [9, с. 411]. Все это ставит вопрос о повышении роли целенаправленно формируемого имиджа преподавателя вуза как составляющей его профессиональной компетентности и механизма, способствующего качеству образования и, в целом, конкурентоспособности вуза и образовательных программ.

Являясь необходимой составляющей качества образования, имидж педагога высшей школы требует системного изучения. Главным субъектом освоения образовательной программы являются студенты, поэтому так важна их оценка образа преподавателя вуза. **ЦЕЛЬЮ** нашего исследования является анализ оценки студентами имиджа преподавателей. Это необходимо для дальнейшей целенаправленной деятельности по формированию и коррекции имиджа профессорско-преподавательского состава, а также в целом имиджа вуза в условиях конкуренции.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ. Отечественная наука включила феномен имиджа в свое предметное поле с 90-х годов XX века. Становление рыночной экономики востребовало изучение разных аспектов продвижения и позиционирования различных товаров и услуг. Особенно востребованы стали политические имиджмейкеры и, следовательно, различные вопросы и технологии формирования позитивного имиджа политика стали объектом научного анализа. Изучением имиджа занимались такие ученые как Андреева С.В. [1], Быстрова Т.Ю. [3], Горчакова В.Г. [4], Панасюк А.И. [11], Почепцов Г.Г. [14], Томилова М.В. [20], Хаванов А.В. [21], Шарков Ф.И. [22], Шепель В.М. [23] и др. Авторы анализировали имидж как социальный феномен, рассматривали различные аспекты формирования корпоративного и индивидуального имиджа. Все авторы рассматривают имидж как образ, формируемый (целенаправленно или стихийно) у воспринимающей его аудитории. Тем не менее исходя из акцентов, расставляемых различными авторами, можно выделить несколько основных подходов к такому явлению как имидж. Первый подход психологический. Его авторы (А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель) рассматривают имидж как в основном психологический и социально-психологический феномен, влияющий, в большей степени, на наше подсознание. Так Н.П. Плеханова изучает психологические условия формирования индивидуального имиджа и его связь с личностным развитием [13, с. 78]. Л.Ю. Донская обращает внимание на психологические условия формирования имиджа преподавателя вуза [5]. Е.Б. Перельгина считает, что «с точки зрения социальной психологии

имидж является разно-видностью образа, возникающего в результате социального познания» [12, с. 11]. Представители другого подхода в большей степени обращают свое внимание на коммуникативно-информационную составляющую имиджа. Имидж — это прежде всего сообщение, которое индивид пытается (осознано или бессознательно) донести до целевой аудитории. Б.Ю. Эрденев пишет: «имидж является одним из коммуникативных кодов. Он формирует соответствующие ожидания, модели интерпретации реципиентом смысла сообщения» [26, с. 3].

Третий подход условно можно назвать символическим. Современный человек живет в мире символов и все более отделяется от непосредственной реальности. И имидж — это «указатель», ориентир, знак, позволяющий человеку сделать выбор в этой символической реальности. Так Г.Г. Почепцов считает: «поскольку человек живет не только в мире реальном, но и в мире символическом, мы можем рассматривать имидж как единицу именно этого символического мира» [15, с. 15].

Кроме того, существует значительное количество научных исследований по политической имиджологии (анализ имиджа политиков, стран, регионов), а также анализу корпоративного имиджа организаций, преимущественно сервисных. Отдельным направлением в этом ряду развивается педагогическая имиджология. Ряд исследований по педагогической имиджологии посвящены и имиджу преподавателя высшей школы. Так Е.Ю. Сысоева считает, что преподаватели вуза недостаточно владеют технологиями управления своим имиджем [18, с. 89]. Имидж преподавателя вуза как важный фактор в повышении качества образования является объектом изучения таких авторов как Т.Б. Аристова [2], М.А. Лукашенко, А.А. Ожгихина [8], О.Л. Малышева [9], Д.Н. Недбаев, С.В. Недбаева, С.Э. Искоянц [10], О.А. Тетцоева, Е.М. Тетцоева [7], И.В. Шиндряева, Т.В. Овсянникова, С.О. Шиндряев [24], О.А. Щербань, И.В. Воронкова [25] и др. Цифровой имидж преподавателя вуза анализируется в работах Л.К. Лободенко, Н.А. Лободенко, Н.П. Цыриковой, А.Б. Чередыняковой [7], Т.Е. Исаевой [6], Г.С. Тимохиной, О.И. Поповой, Н.Б. Изаковой [19]. Имидж преподавателя высшей школы в оценках иностранных студентов описывает Л.В. Прохорова [16]. Таким образом, можно констатировать возрастание количества исследований в области изучения имиджа как противоречивого и многоаспектного социального феномена, играющего важную маркирующую роль в современном конкурентном социуме.

Авторами было проведено обзорное исследование в 2023 году среди студентов вузов. В анкетировании участвовали студенты Российского государственного профессионально-педагогического университета и Уральского Федерального университета. Выборка стихийная, производилась по принципу «снежного кома», количество респондентов — 106 человек. Методология исследования основывается на выделении основных составляющих индивидуального имиджа, которые можно оценить визуально: габитарная составляющая (внешний вид — одежда, прическа, макияж, аксессуары), вербальная составляющая (как человек говорит и пишет), кинетическая составляющая (положение тела в пространстве, мимика и жесты), а также ольфакторная составляющая (запахи человека). Метод исследования — онлайн-опрос, в котором респондентам было предложено 19 вопросов, сгруппированных по составляющим имиджа.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ. Анализ результатов исследования показал, что габитарная составляющая имиджа преподавателя, к которой относится внешний облик, оценивается студентами выше среднего. Респонденты отмечают, что образ педагога напрямую влияет на усвоение учебного материала, так считают 55,2% опрошенных. Студенты очень часто обращают внимание на внешний вид преподавателя: одежду, прическу, макияж, аксессуары: в 64,1% случаев. На наш взгляд, такое соотношение результатов говорит о высокой значимости внешнего вида для восприятия и усвоения

информации студентами. Вербальная составляющая имиджа являлась вторым показателем в оценке преподавателей высшей школы студентами. Так, студенты отметили, что им встречались преподаватели, не умеющие доносить свои мысли до аудитории достаточно часто — в 30,2% случаев, иногда — 31,3%, редко — в 27,2% и никогда не встречали ничего подобного 11,3% опрошенных. Вопросом, затрагивающим факторы культуры общения, был вопрос о нарушении норм делового этикета и вопрос о применении нецензурной лексики преподавателями при очном или дистанционном общении со студентами. Так 85,8% ответили, что никогда не слышали от преподавателей нецензурных выражений, а 10,4% опрошенных сталкивались с данными фактами, остальные (3,8%) затруднились ответить на данный вопрос. Немного иначе обстоит дело с нарушением этических норм: 66% опрошенных изредка сталкивались с тем, что преподаватели нарушали этикет или нормы этики, 13,2% отметили достаточно частые нарушения в высказываниях преподавателей, а 20,8% студентов заметили, что таких нарушений никогда не было. В целом, вербальный имидж и речевая культура преподавателей оценивается студентами выше среднего. Большинство опрошенных поставили 4 балла (48,1%) из пяти возможных.

Кинетическая составляющая имиджа, которая включает в себя мимику, жесты, позу, играет немаловажную роль не только для усвоения материала, но и для субъективной оценки преподавателя. Часто бывает, что безэмоциональная подача учебного материала («застывшая» мимика, отсутствие зрительного контакта, полное отсутствие жестикуляции, монотонный голос, монологичность в изложении) влияют на качество подачи материала и его усвоение, с этим утверждением согласны 86,8% опрошенных, 11,3% студентов отметили слабую взаимосвязь данных составляющих, а 1,9% не согласились с утверждением.

Еще одной составляющей кинетического имиджа, оказывающей влияние на восприятие информации на лекциях, может являться излишняя или агрессивная жестикуляция преподавателя, с такими проявлениями сталкивались только 31,2% опрошенных, а 68,8% студентов отметили отсутствие данного фактора на лекциях и в непосредственном общении с педагогом. Также, по оценкам студентов, 72,7% преподавателей никогда не нарушали личное пространство студентов и не вторгались в личное пространство, 21,6% изредка сталкивались с такими нарушениями границ, а 5,7% опрошенных встречались с такими проявлениями часто. Несмотря на уменьшение расстояния между субъектами взаимодействия, при передаче информации происходит обратный эффект — она усваивается намного хуже, так как реципиент думает о сохранении личных границ, а не об услышанном.

Общая оценка кинетического имиджа преподавателя в основном, варьируется от 4 до 5. Но встречаются и средние показатели, так что нельзя говорить об однозначности в суждениях студентов, как, например, при оценке вербального имиджа.

Роль запахов, которые нельзя оценить визуально, но можно ощутить, нельзя переоценить. Они являются ольфакторной составляющей индивидуального имиджа. Студентам предлагалось оценить, сталкивались ли они с неприятным запахом от преподавателя, затрудняющим вашу с ним коммуникацию, и на данный вопрос ответы разделились. Только 30% опрошенных никогда не сталкивались с отталкивающими запахами, 40% сталкивались редко или очень редко, а еще 30% сталкиваются с неприятными запахами постоянно или достаточно часто. Полученные результаты показывают, что роль запаха, как коммуникативного барьера недооценена.

Дополнительной составляющей в оценке имиджа была выделена пунктуальность. Согласно ответам, большинство педагогов отличаются пунктуальностью по оценкам студентов: 86,6%. Но встречаются и те, кого студенты оценивают, как «совершенно не пунктуальных» — 13,2%. Данный показатель также влияет на восприятие имиджа преподавателя в совокупности с остальными.

ВЫВОДЫ. Подводя итог теоретическому исследованию, опираясь на типологию имиджей, обоснованную авторами, можно выделить несколько аспектов положительного имиджа преподавателя высшей школы: с точки зрения психологического подхода, преподаватели с благоприятным имиджем создают комфортные психологические условия для восприятия материала студентами. Коммуникативно-информационный подход ставит акцент на успешной интеракции между преподавателями и обучающимися, в которой педагог создает информационное пространство для восприятия и усвоения материала и, наконец, символический подход позволяет сделать вывод, что имидж преподавателя является необходимым элементом в формировании корпоративного имиджа вуза.

Обобщая результаты пилотажного эмпирического исследования, можем отметить, что имидж преподавателя высшей школы воспринимается студентами в целом как положительный, более половины опрошенных (58,5%) видят в своих педагогах ролевую модель, на которую стоит равняться; четверть студентов дала отрицательный ответ на этот вопрос, они еще не встретили (или не сформировали) такой образ, который стал бы для них эталоном, а 16,5% опрошенных затруднились с ответом.

В качестве эксперимента в анкете был использован метод визуальной социологии. Студентам были представлены фотографии с разным имиджем преподавателя (деловой стиль, повседневный и др.) и они могли выбрать любой вариант или предложить свой. Так, идеальному представлению об имидже преподавателя среди современных студентов больше отвечает молодой мужчина не в деловом, а повседневном стиле (кэжуал) с приветливым выражением лица. На фотографии он стоит в римской аудитории, но не за кафедрой, а ближе к студентам. Данное фото выбрали более 60% опрошенных, сопоставляя наши результаты с выводами других, схожих исследований, в частности, с исследованием Казанского национального исследовательского технологического университета, можно говорить о том, что габитарный имидж преподавателя имеет решающее значение в восприятии обучающимися.

Таким образом, исследование подтвердило важность имиджа преподавателя высшей школы для эффективного формирования компетенций у студентов. Кроме того, материалы исследования могут быть использованы для принятия управленческих решений в части развития корпоративного имиджа высших учебных заведений и повышения их конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева С.В. Имиджелогия. Кемерово: КемГИК. 2017. 72 с.
2. Аристова Т.Б. Имидж как важная составляющая профессиональной культуры преподавателя вуза // Теория и практика социогуманитарных наук. № 3 (15). 2021. С. 16–22.
3. Быстрова Т.Ю. Определение имиджа: аналитика и феноменология. URL: http://taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/imagelogija_statji/image_analytic/image_analytic1.html (дата обращения: 11.04.2023)
4. Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Ю НИТИ-ДАНА, 2010. 279 с.
5. Донская Л.Ю. Психологические условия формирования имиджа преподавателя высшей школы: диссертация ... кандидата психологических наук: 19.00.07. Ставрополь, 2004. 212 с.
6. Исаева Т.Е. Цифровой имидж преподавателя высшей школы: теоретическое обоснование целесообразности создания // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 7(99). С. 130–138.
7. Лободенко Л.К., Цырикова Н.П., Череднякова А.Б., Лободенко Н.А. Формирование имиджа преподавателя вуза в цифровом информационно-коммуникационном пространстве // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». Т. 14, № 4. 2022. С. 40–55.

8. Лукашенко М.А., Ожгихина А.А. Имидж преподавателя вуза: мнения и приоритеты студентов // Высшее образование в России. 2019. Т. 28, № 1. С. 46–56.
9. Малышева О.Л. Профессиональный имидж современного преподавателя высшей школы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т. 21, № 4. С. 407–412.
10. Недбаев Д.Н., Недбаева С.В., Искоянц С.Э. Имидж преподавателя высшей школы: психология создания и продвижения // Norwegian Journal of Development of the International Science. 2022. № 99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-prepodavatelya-vysshey-shkoly-psihologiya-sozdaniya-i-prodvizheniya> (дата обращения: 14.04.2023).
11. Панасюк А.Ю.Я — Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. — 2-е изд., испр. М.: Дело, 2004. 240 с.
12. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. Издат.: Аспект-Пресс, 2002. 223 с.
13. Плеханова Н.П. Проект «Психология индивидуального имиджа» как условие исследования и развития личности // Вестник государственного университета Дубна. Серия: науки о человеке и обществе. № 4 2018. С. 77–87
14. Почепцов Г.Г. Имиджология. (2-е изд.). М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. 698 с.
15. Почепцов Г.Г. Имиджология. 6-е изд., стер. М.: СмартБук, 2009. 575 с.
16. Прохорова Л.В. Имидж преподавателя высшей школы в контексте академического межкультурного взаимодействия // Вышэйшая Школа: Навукова-Метадычны І Публіцыстычны Часопіс № 5 (133). 2019. С. 18–21
17. Сысоева Е.Ю. Гуманистическая направленность взаимодействия как компонент позитивного имиджа преподавателя вуза // Психология Обучения. № 1 2019. С. 88–99
18. Тетцоева О.А., Тетцоева Е.М. Формирование имиджа преподавателя вуза в новой образовательной среде // Вестник университета. № 2. 2022. С. 223–230
19. Тимохина Г.С., Попова О.И., Изакова Н.Б. Моделирование цифрового имиджа преподавателя вуза // Интеграция образования Т. 26, № 4 (109). 2022. С. 613–636.
20. Томилова М.В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. № 1 1998. С. 51–58
21. Хаванов А.В. Решение проблем корпоративного имиджа в условиях российских реформ: Социально-политические аспекты: автореферат дис. ... кандидата политических наук: 23.00.02 / Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. Нижний Новгород, 2000. 22 с.
22. Шарков Ф.И. Имидж фирмы: технологии управления. М.: Академический проект. 2020. 272 с.
23. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям: учебное пособие. М.: Народное Образование, 2002. 341 с.
24. Шиндряева И.В., Овсянникова Т.В., Шиндряев С.О. Имидж — образующие характеристики преподавателя высшей школы в контексте образовательного взаимодействия: анализ результатов эмпирического исследования // ЦИТИСЭ. № 4 (21). 2019. С. 195–203
25. Щербань О.А., Воронкова И.В., Эффективность образовательной деятельности факультетов высшего учебного заведения и профессиональный имидж преподавателей // Вестник науки и творчества. № 5 (53), 2020. С. 24–26.
26. Эрдынеев Б.Ю. Имидж как социально-коммуникативный феномен: диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.11 Улан-Удэ, 2011. 159 с.

REFERENCES

1. Andreeva S.V. *Imidzhologiya* [Imageology]: Kemerovo: KemGIK. 2017. 72 s. (In Russian).
2. Aristova T.B. *Imidzh kak vazhnaya sostavlyayushhaya professional'noj kul'tury` преподавателя вуза* [Image as an important component of the professional culture of a university teacher]: // Teoriya i praktika sociogumanitarny`x nauk. № 3 (15). 2021. S. 16–22. (In Russian).

3. By`strova T. Yu. *Opredelenie imidzha: analitika i fenomenologiya* [Defining image: analytics and phenomenology]. URL: http://taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/imagelogiya_statji/image_analytic/image_analytic1.html (data obrashheniya: 11.04.2023). (In Russian).
4. Gorchakova V.G. *Imidzh. Iskustvo i real`nost`* [Image. Art and reality]: ucheb. posobie dlya studentov vuzov. M.: Yu NITI-DANA, 2010. 279 s. (In Russian).
5. Donskaya L.Yu. *Psixologicheskie usloviya formirovaniya imidzha prepodavatelya vy`sshej shkoly`* [Psychological conditions for the formation of the image of a teacher of higher education]: dissertaciya ... kandidata psixologicheskix nauk: 19.00.07. Stavropol`, 2004. 212 s. (In Russian).
6. Isaeva T.E. *Cifrovoj imidzh prepodavatelya vy`sshej shkoly`: teoreticheskoe obosnovanie celesoobraznosti sozdaniya* [Digital image of a higher education teacher: a theoretical justification for the feasibility of creation]: // Obshhestvo: sociologiya, psixologiya, pedagogika. 2022. № 7(99). S. 130-138. (In Russian).
7. Lobodenko L.K., Cyrikova N.P., Cherednyakova A.B., Lobodenko N.A. *Formirovanie imidzha prepodavatelya vuza v cifrovom informacionno-kommunikacionnom prostranstve* [Formation of the image of a university teacher in the digital information and communication space]: // Vestnik YuUrGU. Seriya «Obrazovanie. Pedagogicheskie nauki». T. 14, № 4. 2022. S. 40-55. (In Russian).
8. Lukashenko M.A., Ozhgixina A.A. *Imidzh prepodavatelya vuza: mneniya i priority` studentov* [The image of a university teacher: students' opinions and priorities]: // Vy`sshee obrazovanie v Rossii. 2019. T. 28, № 1. S. 46-56.
9. Maly`sheva O.L. *Professional`ny`j imidzh sovremennogo prepodavatelya vy`sshej shkoly`* [Professional image of a modern teacher of higher education]: // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Sociologiya. Politologiya. 2021. T. 21, № 4. S. 407-412. (In Russian).
10. Nedbaev D.N., Nedbaeva S.V., Iskoyancz S.E. *Imidzh prepodavatelya vy`sshej shkoly`: psixologiya sozdaniya i prodvizheniya* [The image of a teacher of higher education: the psychology of creation and promotion]: // Norwegian Journal of Development of the International Science. 2022. № 99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-prepodavatelya-vysshey-shkoly-psihologiya-sozdaniya-i-prodvizheniya> (data obrashheniya: 14.04.2023). (In Russian).
11. Panasyuk A. Yu. Ya — Vash imidzhmejker i gotov pomoch` sformirovat` Vash professional`ny`j imidzh [I am your image-maker and I am ready to help you form your professional image]: 2-e izd., ispr. M.: Delo, 2004. 240 s. (In Russian).
12. Perely`gina E. B. *Psixologiya imidzha* [Psychology of image]: Izdat.: Aspekt-Press, 2002. 223 s. (In Russian).
13. Plexanova N.P. *Proekt «Psixologiya individual`nogo imidzha» kak uslovie issledovaniya i razvitiya lichnosti* [«The psychology of the individual image» as a condition for the study and development of personality]: // Vestnik gosudarstvennogo universiteta Dubna. Seriya: nauki o cheloveke i obshhestve. № 4 2018. S. 77-87. (In Russian).
14. Pochepczov G.G. *Imidzhelogiya* [Imageology]: 2-e izd. M.: Refl-buk; Kiev: Vakler, 2001. 698 c. (In Russian).
15. Pochepczov G.G. *Imidzhelogiya* [Imageology]: 6-e izd., ster. M.: SmartBuk, 2009. 575 s. (In Russian).
16. Proxorova L.V. *Imidzh prepodavatelya vy`sshej shkoly` v kontekste akademicheskogo mezhkul`turnogo vzaimodejstviya* [The Image of the Higher School Teacher in the Context of Academic Intercultural Interaction]: // Vy`she`jshaya Shkola: Navukova-Metady`chny` I Publicysty`chny` Chasopis № 5 (133). 2019. S. 18-21. (In Russian).
17. Sy`soeva E.Yu. *Gumanisticheskaya napravlennost` vzaimodejstviya kak komponent pozitivnogo imidzha prepodavatelya vuza* [Humanistic orientation of interaction as a component of the positive image of a university teacher]: // Psixologiya Obucheniya. № 1 2019. S. 88-99. (In Russian).
18. Tetczoeva O.A., Tetczoeva E.M. *Formirovanie imidzha prepodavatelya vuza v novoj obrazovatel`noj srede* [Formation of the image of a university teacher in the new educational environment]: // Vestnik universiteta. № 2. 2022. S. 223-230. (In Russian).

19. Timoxina G.S., Popova O.I., Izakova N.B. *Modelirovanie cifrovogo imidzha prepodavatelya vuza* [Modeling the digital image of a university teacher]: // Integraciya obrazovaniya T. 26, № 4 (109). 2022. S. 613–636. (In Russian).
20. Tomilova M.V. *Model` imidzha organizacii* [Organization image model]: // Marketing v Rossii i za rubezhom. № 1 1998. S. 51–58. (In Russian).
21. Xavanov A.V. *Reshenie problem korporativnogo imidzha v usloviyax rossijskix reform: Social`no-politicheskie aspekty`* [Addressing the Problems of Corporate Image in the Context of Russian Reforms: Socio-Political Aspects]: avtoreferat dis. ... kandidata politicheskix nauk: 23.00.02 / Nizhegor. gos. un-t im. N. I. Lobachevskogo. Nizhnij Novgorod, 2000. 22 s. (In Russian).
22. Sharkov F.I. *Imidzh firmy`: texnologii upravleniya* [Firm image: management technologies]: M.: Akademicheskij proekt. 2020. 272 s. (In Russian).
23. Shepel` V.M. *Imidzhelogiya. Kak nravit`sya lyudyam* [How to make people like you]: uchebnoe posobie. M.: Narodnoe Obrazovanie, 2002. 341 s. (In Russian).
24. Shindryaeva I.V., Ovsyannikova T.V., Shindryaev S.O. *Imidzh — obrazuyushhie xarakteristiki prepodavatelya vy`sshej shkoly` v kontekste obrazovatel`nogo vzaimodejstviya: analiz rezul`tatov e`mpiricheskogo issledovaniya* [Image-formative characteristics of a higher school teacher in the context of educational interaction: analysis of the results of empirical research]: // CITISE`. № 4 (21). 2019. S. 195–203. (In Russian).
25. Shherban` O.A., Voronkova I.V., *E`ffektivnost` obrazovatel`noj deyatel`nosti fakul`tetov vy`sshego uchebnogo zavedeniya i professional`ny`j imidzh prepodavatelej* [The effectiveness of educational activities of faculties of a higher educational institution and the professional image of teachers]: // Vestnik nauki i tvorchestva. № 5 (53), 2020. S. 24–26. (In Russian).
26. E`rdy`neev B.Yu. *Imidzh kak social`no-kommunikativny`j fenomen* [Image as a socio-communicative phenomenon]: dissertaciya ... kandidata filosofskix nauk: 09.00.11 Ulan-Ude`, 2011. 159 s. (In Russian).