оригинальная статья УДК 316.6

Стратегии самопрезентации преподавателей как фактор восприятия их личности студентами в онлайн-взаимодействии (на примере медиалекции)*

Анастасия В. Микляева $^{a,\,@,\,{\rm ID1}}$; Владимир Н. Панферов $^{a,\,{\rm ID2}}$; Светлана А. Безгодова $^{a,\,{\rm ID3}}$; Светлана В. Васильева $^{a,\,{\rm ID4}}$

Поступила в редакцию 01.02.2020. Принята к печати 25.02.2020.

Аннотация: Представлено исследование влияния стратегий самопрезентации преподавателей на социально-психологическую интерпретацию их личности студентами в ситуации просмотра медиалекции. Ракурс исследования направлен на изучение стратегий самопрезентации преподавателя, способствующих формированию близкой к эталонной ролевой модели поведения в условиях непосредственного контакта преподавателя с аудиторией и в условиях медиалекции. В ходе эксперимента изучены два контекста онлайн-взаимодействия преподаватель – студента. Студентам предлагались к просмотру публичная и внеаудиторная медиалекции незнакомых преподавателей, после чего студенты давали характеристику личности преподавателя с помощью методики полярных профилей. В результате было выявлено, что как при непосредственном межличностном контакте, так и в условиях медиалекции максимальное сближение образа преподавателя, формирующегося у студентов, с эталонной ролевой моделью определяется стратегиями самовозвышения и аттрактивного поведения. Наиболее отклоняющимися от эталонной ролевой модели преподавателя являются самопрезентационные стратегии уклонения (для женщин) и силового влияния (для мужчин), реализация которых оказывает негативное влияние на оценку их личности студентами, прежде всего в аспекте свойств, характеризующих профессиональную деятельность. Доказано, что в рамках публичной медиалекции наблюдаются достоверные негативные сдвиги в оценках личности преподавателя студентами по ряду параметров, что не опосредовано самопрезентационными стратегиями.

Ключевые слова: социальная перцепция, онлайн-образование, взаимодействие преподаватель – студент, интерпретация личности, первое впечатление

Для цитирования: Микляева А. В., Панферов В. Н., Безгодова С. А., Васильева С. В. Стратегии самопрезентации преподавателей как фактор восприятия их личности студентами в онлайн-взаимодействии (на примере медиалекции) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. Т. 22. № 1. С. 175–184. DOI: https://doi. org/10.21603/2078-8975-2020-22-1-175-184

Введение

Управление впечатлениями студентов сегодня рассматривается в числе важнейших профессиональных компетенций преподавателя вуза [1]. Одним из наиболее часто обсуждаемых инструментов управления впечатлениями является самопрезентация преподавателей, которая позволяет им создавать и поддерживать у студентов желаемый образ себя [2; 3]. Самопрезентация определяется как «процесс регуляции производимого субъектом впечатления, с учетом специфики социальных ситуаций, и (или) выражения системы представлений о самом себе» [4, с. 33]. Стратегии,

с помощью которых происходит формирование образа субъекта самопрезентации в сознании его партнеров по взаимодействию, представляют собой в большей или меньшей степени осознаваемое и целенаправленное поведение субъекта, основанное на его представлениях о самом себе, партнере и целях взаимодействия [2].

Исследователи констатируют, что возникшие у студентов впечатления о преподавателе оказывают существенное влияние на удовлетворенность обучением и качество освоения учебного материала [5]. В связи с этим актуальной задачей является поиск стратегий самопрезентации педагогов,

^а Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Россия, г. Санкт-Петербург

[@] a.miklyaeva@gmail.com

^{ID1} https://orcid.org/0000-0001-8389-2275

ID2 https://orcid.org/0000-0002-3528-3122

^{ID3} https://orcid.org/0000-0001-5425-7838

ID4 https://orcid.org/0000-0002-6052-3431

^{*} Публикация подготовлена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 19-013-00412 «Социально-психологическая интерпретация личности преподавателя в условиях информационной образовательной среды».

обеспечивающих создание и поддержание у студентов такого образа преподавателя, который обеспечил бы максимально эффективную образовательную активность. Предполагается, что такой образ должен включать положительные личностные характеристики преподавателя, а также высокие оценки его профессионализма [6].

Сведения об эффективных стратегиях самопрезентации преподавателя, представленные в литературе, носят противоречивый характер. Прежде всего это касается взглядов на то, какие стратегии самопрезентации способствуют формированию у студентов представлений о преподавателе как профессионале, компетентном специалисте. Опираясь на результаты исследований в области организационной психологии, можно отметить, что в некоторых исследованиях обнаружено позитивное влияние на формирование образа специалиста стратегий самопрезентации, связанных с самопродвижением [7; 8]. Результаты других исследований, напротив, показывают, что такие стратегии могут приводить к снижению доверия к профессионализму субъекта самопрезентации [9]. Зафиксировано, что стратегии, обеспечивающие формирование образа субъекта самопрезентации как компетентного специалиста, могут вступать в противоречие со стратегиями, способствующими созданию образа привлекательного, симпатичного человека [10], что выражается формулой «теплота против компетентности» [11]: люди, которые подчеркивают свои сильные стороны, часто воспринимаются как высокомерные и тщеславные, в то время как те, кто отказывается от активного самопродвижения, чаще получают благосклонное отношение со стороны партнеров по взаимодействию, но не рассматриваются как компетентные. В рамках исследований, сфокусированных на закономерностях собственно педагогического взаимодействия, также зафиксировано неоднозначное влияние стратегии самопродвижения на восприятие преподавателя студентами [12]. При этом, однако, подчеркивается, что степень выраженности этого противоречия во взаимодействии преподаватель - студенты, по всей вероятности, опосредуется особенностями культуры и характером учебной мотивации студентов [13]. В силу гендерной специфичности самопрезентации, зафиксированной как в организационном [14; 15], так и в педагогическом [16; 17] контекстах взаимодействия, обозначенное противоречие ярче проявляется в эффектах самопрезентации женщин, в сравнении с мужчинами [12].

Описанные нами закономерности восприятия личности преподавателя студентами выявлены путем анализа их непосредственного взаимодействия в учебных аудиториях. В то же время на фоне стремительного развития технологий онлайн-образования особую актуальность приобретает изучение особенностей социальной перцепции в цифровом образовательном пространстве. Г. М. Андреева отмечает, что в онлайн-коммуникации возникают принципиально новые закономерности социальной перцепции, связанные с изменением средств самопрезентации личности [18]. Учеными

описаны некоторые особенности социальной перцепции в онлайн-пространстве [19-22], однако эти данные чаще всего получены на материале анализа поведения людей в социальных сетях и не связаны прямо с проблематикой педагогического взаимодействия. Исследователи, обращающиеся к проблеме социальной перцепции в педагогической онлайн-коммуникации, приходят к выводу, что управление впечатлением студентов в этих условиях затруднено в силу сокращения возможностей непосредственной обратной связи. Поэтому точность прогнозирования преподавателем реакций студентов на те или иные его действия снижается [23]. Зафиксированы склонность студентов к формированию более упрощенного образа преподавателя в условиях онлайн-коммуникации, в сравнении с непосредственным общением [24], и тенденция к негативизации этого образа [25], показано предпочтение обеими сторонами педагогического взаимодействия делового и информативного стиля презентации визуального онлайн-контента, связанного с образовательным процессом [26]. Высказывается предположение, что в условиях публичной медиалекции, представляющей собой видеозапись лекционного занятия, проведенного преподавателем в формате непосредственного общения со студентами, и внеаудиторной медиалекции, предполагающей запись видеоматериалов в отсутствии слушателей, эффективные стратегии самопрезентации могут существенно различаться [27]. Характеристика этих различий стала предметом нашего исследования.

Программа исследования

Исследование было направлено на изучение влияния стратегий самопрезентации преподавателей и социальнопсихологическую интерпретацию их личности студентами в ситуации просмотра медиалекции. На этапе планирования были сформулированы следующие вопросы:

- 1. Какие стратегии самопрезентации способствуют формированию такого образа преподавателя, который максимально сближен с эталонной ролевой моделью преподавателя, разделяемой современным студенческим сообществом при непосредственном межличностном контакте и в ситуации онлайн-взаимодействия?
- 2. Какие изменения претерпевает образ преподавателя, формирующийся в восприятии студентов в условиях медиалекции, в сравнении с ситуацией непосредственного взаимодействия преподаватель студенты в учебной аудитории?
- 3. Какие стратегии самопрезентации обеспечивают более высокую степень устойчивости образа преподавателя, возникающего у студентов в различных контекстах взаимодействия, и позволяют транслировать больший объем информации о его личностных особенностях и профессиональной позиции в условиях онлайн-коммуникации?
- 4. Существуют ли гендерные различия во взаимосвязях личностных характеристик, атрибутируемых преподавателям при непосредственном и опосредованном педагогическом взаимодействии, с типичными для них стратегиями самопрезентации?

В ходе исследования, которое носило экспериментальный характер, были изучены два контекста онлайн-взаимодействия преподаватель - студент: публичная медиалекция и внеаудиторная медиалекция. В обоих случаях в кадре находился только преподаватель. Студенты педагогического университета (n=453; 19,10±1,27 лет; 79,6 % – женщины) знакомились с онлайн-лекцией незнакомого им преподавателя, после чего давали характеристику его личности с помощью методики полярных профилей. Для участия в исследовании были приглашены преподаватели (n=30; 43,17±11,56 лет; 50 % – женщины; опыт преподавания 12,13±8,52 лет), каждому из которых было предложено записать на видео одну и ту же мини-лекцию в двух разных форматах: при непосредственном взаимодействии с незнакомой им студенческой аудиторией и в отсутствие слушателей (один на один с камерой). Тематика лекций ограничивалась требованиями к содержанию психологической составляющей профессиональной подготовки будущих педагогов, конкретная тема определялась преподавателями самостоятельно на основе личных предпочтений. В результате была произведена видеозапись 60 лекций: 30 публичных и 30 внеаудиторных медиалекций. Для унификации условий съемки преподавателей просили не использовать во время лекции мультимедийные презентации, но при необходимости они могли воспользоваться доской. Продолжительность каждой лекции составляла 10-12 минут. Просмотр каждой лекции был предложен 15-18 студентам. По завершении видеосъемки преподавателям было предложено заполнить опросник Шкала измерения тактик самопрезентации (С.-Ж. Ли, Б. Куигли и др.). Участие студентов и преподавателей в исследовании было добровольным, каждый участник предварительно подписывал информированное согласие.

Методика полярных профилей, которая использовалась для анализа социально-психологической интерпретации личности преподавателей студентами, была содержательно модифицирована нами на основе анализа характеристик, полученных на этапе пилотажного исследования, в ходе которого решалась задача построения эталонного ролевого образа преподавателя [28]. Такая модификация была призвана обеспечить содержательную валидность результатов исследования исходным цели и задачам: как известно, залогом успешной самопрезентации преподавателя является соответствие его образа ожиданиям студентов, которые

выступают в роли эталонного образца [1]. Итоговый вариант методики полярных профилей объединил 34 пары характеристик преподавателей, отражающие такие стороны его личности, как стиль общения, стиль поведения, отношение к работе, отношение к студентам, профессионализм, профессиональные способности и обобщенную оценку личности. Для характеристики образа преподавателей студенты использовали 7-балльную шкалу. Оценки, предложенные студентами, впоследствии усреднялись, что позволило получить обобщенный психологический портрет каждого преподавателя в соответствии с содержанием социальнопсихологической интерпретации его личности студентами.

Обработка результатов опросника Шкала измерения тактик самопрезентации осуществлялась в соответствии с классификаций стратегий самопрезентации, предложенной О. А. Пикулевой, которая позволяет описать стратегии уклонения, аттрактивного поведения, самовозвышения, самопринижения, силового влияния [29]. С целью обеспечения сопоставимости данных показатели по соответствующим шкалам, представляющие собой суммарные показатели отдельных тактик самопрезентации, усреднялись. Таким образом, итоговые показатели для каждой из стратегий самопрезентации находятся в диапазоне от 1 до 9.

Для обработки результатов исследования использовались расчет средних значений и стандартных отклонений ($M\pm S$), критерий Стьюдента для независимых и зависимых выборок (t), дисперсионный анализ (F). Все математические процедуры осуществлялись с помощью пакета прикладных статистических программ Statistica 12.0.

Результаты и обсуждение

Преподаватели, принявшие участие в исследовании, оказались в наибольшей степени склонными использовать стратегию аттрактивного поведения и в наименьшей степени – силового влияния. Стратегии уклонения, самовозвышения и самопринижения занимают промежуточное положение. Отметим, что предпочтение стратегии аттрактивного поведения педагогами зафиксировано и в других исследованиях [30]. Такое соотношение стратегий самопрезентации обнаружилось и в выборке преподавателей-мужчин, и в выборке преподавателей-женщин. Основное различие в стратегиях самопрезентации между выборками мужчин и женщин обнаружилось по параметру самовозвышения, который оказался достоверно выше в мужской выборке (табл. 1).

Табл. 1. Стратегии самопрезентации в выборках преподавателей-мужчин и преподавателей-женщин $(M\pm S)$ Tab. 1. Self-presentation strategies used by male and female lectures $(M\pm S)$

Стратегия самопрезентации	По всей выборке	Женщины	Мужчины	t
Уклонение	3,83±0,84	3,78±0,97	3,88±0,73	0,30
Аттрактивное поведение	5,03±0,80	5,11±0,77	4,96±0,85	0,49
Самовозвышение	3,75±0,92	3,29±0,86	4,18±0,77	2,94**
Самопринижение	3,48±1,11	3,20±1,19	3,75±1,00	1,34
Силовое влияние	3,11±1,28	2,81±1,52	3,39±0,97	1,22

Прим.: ** - p=0,01.

В структуре психологических портретов преподавателей, составленных студентами в результате непосредственного взаимодействия с ними в учебной аудитории, наиболее высокие оценки получили характеристики, отражающие уровень профессионализма и отношения к работе. Наименьшие значения получили обобщенные, недифференцированные характеристики личности. Структурных и уровневых различий психологических портретов преподавателей-мужчин и преподавателей-женщин обнаружено не было (табл. 2). Примечательно, что различий в характеристиках личности, атрибутируемых студентами преподавателям-мужчинам и преподавателям-женщинам, не было обнаружено не только при анализе суммарных показателей, описывающих различные стороны личности преподавателей, но и при сравнении частных характеристик, составивших отдельные пункты методики полярных профилей.

Можно отметить, что результаты исследования подтверждают представленные в литературе данные о дифференцированном характере влияния различных стратегий самопрезентации на оценку личности преподавателя и уровня его профессиональной компетентности при непосредственном взаимодействии в учебной аудитории [10; 11]. Аттрактивное поведение способствует формированию образа преподавателя как человека, приятного в общении и демонстрирующего доброжелательное отношение к студентам. Однако оценка профессионализма преподавателя оказалась обусловлена, в первую очередь, демонстрацией им самопрезентационной стратегии самовозвышения, проявляющейся в продвижении своих компетенций, возможностей и достижений, что, как ранее было показано в исследовании I. G. Farreras и R. W. Boyle [12], наиболее ярко проявляется в выборке преподавателей-женщин.

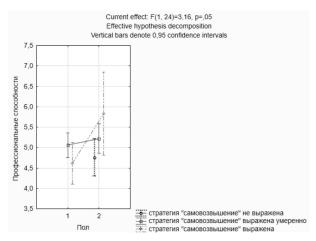
Табл. 2. Характеристики личности преподавателей-мужчин и преподавателей-женщин, атрибутируемые по итогам непосредственного взаимодействия в учебной аудитории $(M\pm S)$

Tab. 2. Characteristics attributed to male and female lecturers as a result of direct interaction in the classroom (M±S)

Характеристики личности	По всей выборке	Женщины	Мужчины	t
Стиль поведения	5,31±0,40	5,39±0,40	5,23±0,41	1,05
Стиль общения	5,07±0,65	5,21±0,52	4,94±0,75	1,16
Отношение к студентам	5,31±0,46	5,43±0,48	5,19±0,41	1,47
Профессионализм	5,94±0,43	6,03±0,42	5,85±0,44	1,15
Отношение к работе	5,48±0,40	5,53±0,37	5,42±0,44	0,74
Профессиональные способности	5,03±0,52	5,11±0,53	4,94±0,51	0,91
Обобщенная оценка личности	4,79±0,64	4,96±0,57	4,63±0,69	1,44

Дисперсионный анализ показал, что атрибуция характеристик стиля общения, стиля поведения и отношения к студентам, приближающихся к эталонному образу преподавателя, определяется уровнем выраженности стратегии аттрактивного поведения независимо от пола преподавателя (F=5,43, p=0,02; F=4,13, p=0,05; F=7,02, p=0,01; F=4,03, p=0,04). Такая же тенденция выявлена для показателя Обобщенная оценка личности (F=6,25, p=0,02). Атрибуция преподавателю профессиональных способностей оказалась детерминированной степенью выраженности стратегии самовозвышения (F=6,25, p=0,02), влияние которой на степень соответствия психологического портрета конкретного преподавателя эталонному ролевому образу зависит в том числе от половой принадлежности (F=3,75, p=0,05): выраженность стратегии самовозвышения определяет атрибуцию более высоких оценок профессиональных способностей, в первую очередь, преподавателям-женщинам (рис. 1). На рисунке зависимой переменной является оценка профессиональных способностей преподавателя по результатам непосредственного межличностного контакта, независимые переменные уровень выраженности стратегии самовозвышения и пол преподавателя (1 – мужской, 2 – женский)

Анализ психологических портретов преподавателей, сформировавшихся у студентов в результате просмотра лекционных видеоматериалов, продемонстрировал тенденцию к увеличению различий между ними и эталонным образом преподавателя, что особенно наглядно на материале анализа образа преподавателя, формирующегося у студентов в ходе внеаудиторной медиалекции. Эта тенденция



Puc. 1. Результаты дисперсионного анализа Fig. 1. Results of variance analysis

универсально проявляется и в выборке преподавателей-мужчин, и в выборке преподавателей-женщин. Структура психологических портретов преподавателей в целом сохраняется: как в случае непосредственного взаимодействия с преподавателем в аудиторном формате, так и при опосредованном взаимодействии наиболее высоко студенты оценивают те качества преподавателей, которые характеризуют уровень их профессионализма, отношение к работе и студентам. С помощью t-критерия для зависимых выборок было установлено, что зафиксированные негативные сдвиги оценок статистически значимы для пяти из семи блоков личностных качеств, атрибутируемых студентами преподавателю в ситуации публичной медиалекции, и для всех семи блоков – в ситуации внеаудиторной медиалекции (табл. 3).

В сравнении с ситуациями непосредственного прямого межличностного контакта, при опосредованной коммуникации возрастает критичность оценивания партнера по взаимодействию [25]. В целом формат публичной медиалекции в большей степени способствует сохранению устойчивости восприятия коммуникативных особенностей преподавателя и его профессиональных способностей, чем просмотр медиалекции, записанной преподавателем в отсутствие студенческой аудитории.

Дисперсионный анализ показал, что более высокие оценки личности преподавателя по параметрам отношения к студентам и стиля общения в условиях публичной

медиалекции, как и в случае непосредственного межличностного контакта, определяются выраженностью самопрезентационной стратегии аттрактивного поведения (F=4,47, p=0,05; F=4,05, p=0,05). Оценки профессиональной компетентности преподавателя оказались в этом случае опосредованными выраженностью стратегии самовозвышения независимо от пола преподавателя (F=3,99, p=0,05). Статистически достоверных сведений о влиянии стратегий самопрезентации, предпочитаемых преподавателем, на характеристики его образа, складывающегося у студентов в ситуации внеаудиторной медиалекции, в нашем исследовании получено не было. Обнаружено, что негативные сдвиги в оценках личностных качеств преподавателя студентами определяются стратегиями самопрезентации только в контексте анализа результатов публичной медиалекции и не демонстрируют никаких связей друг с другом на материале анализа внеаудиторной медиалекции, причем стратегии самопрезентации, усиливающие негативный сдвиг оценок, различаются в выборках преподавателей-мужчин и преподавателей-женщин: выраженность стратегии уклонения способствует более негативным оценкам уровня профессионализма и профессиональных способностей преподавателей-женщин (рис. 2, 3), в то время как в выборке преподавателей-мужчин зафиксирована прямая взаимосвязь выраженности самопрезентационной стратегии силового влияния с оценками тех качеств их личности, которые

Табл. 3. Характеристики личности преподавателей-мужчин и преподавателей-женщин, атрибутируемые по итогам просмотра публичных и внеаудиторных медиалекций $(M\pm S)$

Tab. 3. Characteristics attributed to male and female teachers after public and extracurricular media lectures (M±S)

Характеристика личности	По всей выборке	Женщины	Мужчины	t пол	t тип лекции			
По итогам просмотра публичной медиалекции								
Стиль поведения	4,86±0,42	4,83±0,41	4,88±0,43	0,34	4,84**			
Стиль общения	4,81±0,75	4,86±0,59	4,76±0,90	0,35	1,67			
Отношение к студентам	5,05±0,48	5,08±0,44	5,02±0,53	0,31	2,39*			
Профессионализм	5,49±0,47	5,47±0,51	5,51±0,44	0,20	4,73**			
Отношение к работе	5,28±0,46	5,34±0,52	5,22±0,41	0,72	2,09*			
Профессиональные способности	4,89±0,57	4,93±0,58	4,85±0,58	0,36	1,78			
Обобщенная оценка личности	4,48±0,74	4,52±0,56	4,43±0,90	0,30	2,28*			
По итогам просмотра внеаудиторной медиалекции								
Стиль поведения	4,76±0,56	4,90±0,37	4,62±0,68	1,44	6,16**			
Стиль общения	4,35±0,74	4,39±0,58	4,31±0,90	0,26	5,73**			
Отношение к студентам	4,93±0,50	5,02±0,47	4,85±0,54	0,92	4,12**			
Профессионализм	5,26±0,48	5,36±0,35	5,17±0,59	1,05	6,99**			
Отношение к работе	5,13±0,51	5,15±0,40	5,10±0,61	0,25	3,30**			
Профессиональные способности	4,59±0,62	4,61±0,49	4,57±0,74	0,17	3,45**			
Обобщенная оценка личности	4,30±0,62	4,33±0,52	4,27±0,73	0,27	4,38**			

Прим.: $t_{пол}$ – значения t-критерия, полученные при сравнении выборок преподавателей-мужчин и преподавателей-женщин; $t_{тип}$ лекции – значения t-критерия, полученные при сравнении атрибуций личностных качеств в условиях непосредственного взаимодействия и медиалекции; * – p=0,05; ** – p=0,01.

характеризуют отношение к работе (рис. 4). На рисунках 2–4 зависимые переменные – это сдвиги в оценках личностных характеристик преподавателей в условиях публичной медиалекции, в сравнении с ситуацией непосредственного межличностного контакта; независимые переменные – уровень выраженности стратегий самопрезентации и пол преподавателя (1 – мужской, 2 – женский).

Можно констатировать, что в ситуации публичной медиалекции сохраняются те же взаимосвязи между стратегиями самопрезентации преподавателей и представлениями студентов об их личности, что и при непосредственном контакте, на фоне тенденции к нивелированию гендерных различий. Наиболее «чувствительными» к особенностям самопрезентационного поведения, демонстрируемого преподавателями, в условиях публичной медиалекции оказываются те характеристики, которые характеризуют преподавателя как профессионала. На этом основании можно утверждать, что публичная медиалекция предъявляет больше требований к навыкам эффективного самопрезентационного поведения преподавателя, в сравнении с ситуацией непосредственного межличностного контакта, в которой «шероховатости» самопрезентационного поведения преподавателя могут отчасти сглаживаться.

Интересным представляется факт отсутствия взаимосвязей между стратегиями самопрезентации преподавателей и оценками их личностных характеристик, сформулированными студентами по результатам знакомства с внеаудиторными медиалекциями. В исследованиях, проведенных в 1970-х гг. для нужд телевидения, было показано, что в опосредованной коммуникации личность человека проявляется значительно ярче и, как следствие, получает более объемную социально-психологическую интерпретацию в восприятии других людей. Это ситуации, когда изложение ведущим тех или иных идей представлено в виде диалога с соведущим(и), разворачивающегося в контексте взаимодействия между ними перед телекамерой [31]. Представляется, что в нашем исследовании обнаружился тот же социально-психологический эффект: личность человека как объекта социально-психологической интерпретации намного полнее раскрывается во взаимодействии с другими людьми. Как следствие, в публичной медиалекции управление впечатлением о себе оказывается значительно более связано с самопрезентационным поведением преподавателя, в то время как в условиях внеаудиторной медиалекции преподаватель лишен естественного контекста проявления своих личностных особенностей и в силу этого лишен возможности продуктивно управлять процессом формирования образа самого себя в восприятии студентов. Можно предположить, что широко обсуждаемая сегодня проблема содержания подготовки преподавателей вузов к разработке и реализации образовательных онлайн-курсов в первую очередь затрагивает вопросы, связанные с подготовкой к проведению внеаудиторных медиалекций.

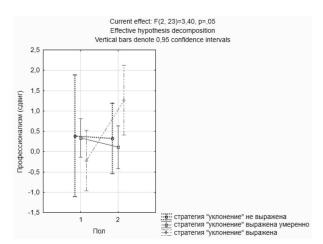


Рис. 2. Результаты дисперсионного анализа по параметру профессионализма

Fig. 2. Results of variance analysis by the parameter of professional qualities

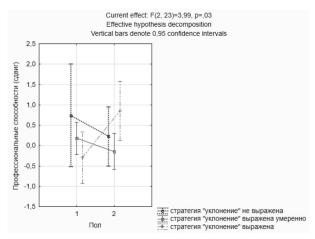


Рис. 3. Результаты дисперсионного анализа по параметру профессиональных способностей

Fig. 3. Results of variance analysis by the parameter of professional qualities

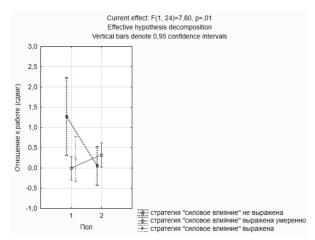


Рис. 4. Результаты дисперсионного анализа по параметру отношения к работе

Fig. 4. Results of variance analysis by the attitude-to-work parameter

Заключение

В образе преподавателя, формирующемся у студентов по итогам лекционного занятия при непосредственном межличностном контакте, наиболее высоко оцениваемыми оказываются характеристики личности, отражающие уровень профессионализма и отношение к работе. Высокие оценки профессионализма преподавателя обеспечиваются, в первую очередь, реализацией самопрезентационной стратегии самовозвышения, что особенно наглядно проявляется в выборке преподавателей-женщин. Оценки таких сторон личности преподавателя, как стиль общения, стиль поведения и отношение к студентам определяются степенью выраженности стратегии аттрактивного поведения. Таким образом, в ситуации непосредственного межличностного контакта максимальное сближение образа преподавателя, формирующегося у студентов, с эталонной ролевой моделью определяется стратегиями самовозвышения и аттрактивного поведения.

В ситуации публичной медиалекции наблюдаются достоверные негативные сдвиги в оценках личности препо-

давателя студентами по параметрам профессионализма, отношения к студентам, отношения к работе, стиля поведения, обобщенной оценки личности. Сближение образа преподавателя с эталонной ролевой моделью обеспечивается, как и в случае непосредственного межличностного контакта, стратегиями аттрактивного поведения и самовозвышения. Наименее эффективными в этом плане являются самопрезентационные стратегии уклонения (для женщин) и силового влияния (для мужчин), реализация которых в поведении преподавателей оказывает негативное влияние на оценку их личности студентами, прежде всего, в аспекте свойств, характеризующих профессиональную деятельность. В рамках внеаудиторной медиалекции тенденция к негативизации образа преподавателя усиливается, не будучи опосредованной самопрезентационными стратегиями.

Полученные результаты могут быть использованы в процессе планирования и разработки электронных образовательных ресурсов, для разработки программ повышения квалификации преподавателей, посвященных проблемам онлайн-образования.

Литература

- 1. Колмогорова Л. С., Спиридонова Г. Г. Представления студентов о самопрезентации педагога // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 2. С. 135–140. DOI: 10.21603/2078-8975-2017-2-135-140
- 2. Пикулева О. А. Самопрезентация личности как средство управления впечатлением: анализ факторов влияния // Научное мнение. 2014. № 2. С. 140–149.
- 3. Turnley W. H., Bolino M. C. Achieving desired images while avoiding undesired images: exploring the role of self-monitoring in impression management // Journal of Applied Psychology. 2001. Vol. 86. Iss. 2. P. 351–360. DOI: 10.1037/0021-9010.86.2.351
- 4. Хороших В. В. Психологические факторы успешности самопрезентации: дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2001. 193 с.
- 5. Kleinsasser R. C., Mckeachie W. J. Teaching tips: strategies, research, and theory for college and university teachers // Modern Language Journal. 2011. Vol. 78. Iss. 4. P. 545–546. DOI: 10.2307/328598
- 6. Копанев А. Н. Особенности развития навыка личностного позиционирования преподавателей вуза // Современные вопросы биомедицины. 2019. Т. 3. № 3. С. 103-111.
- 7. Paulhus D. L. Interpersonal and intrapsychic adaptiveness of trait self-enhancement: a mixed blessing? // Journal of Personality and Social Psychology. 1998. Vol. 74. Iss. 5. P. 1197–1208. DOI: 10.1037/0022-3514.74.5.1197
- 8. Higgins C. A., Judge T. A. The effect of applicant influence tactics on recruiter perceptions of fit and hiring recommendations: a field study // Journal of Applied Psychology. 2004. Vol. 89. Iss. 4. P. 622–632. DOI: 10.1037/0021-9010.89.4.622
- 9. Pfeffer J., Fong C. T., Cialdini R. B., Portnoy R. R. Overcoming the self-promotion dilemma: interpersonal attraction and extra help as a consequence of who sings one's praises // Personality and Social Psychology Bulletin. 2006. Vol. 32. Iss. 10. P. 1362–1374. DOI: 10.1177/0146167206290337
- 10. Giacalone R. A., Rosenfeld P. Self-presentation and self-promotion in an organizational setting // The Journal of Social Psychology. 1986. Vol. 126. Iss. 3. P. 321–326. DOI: 10.1080/00224545.1986.9713592
- 11. Fiske S. T., Cuddy A. J., Glick P. Universal dimensions of social cognition: warmth and competence // Trends in Cognitive Sciences. 2007. Vol. 11. Iss. 2. P. 77–83. DOI:10.1016/j.tics.2006.11.005
- 12. Farreras I. G., Boyle R. W. The effect of faculty self-promotion on student evaluations of teaching // College Student Journal. 2012. Vol. 46. Iss. 2. P. 314–322.
- 13. Kim E. J., Berger C., Kim J., Kim M.-S. Which self-presentation style is more effective? A comparison of instructors' self-enhancing and self-effacing styles across the culture // Teaching in Higher Education. 2014. Vol. 19. Iss. 5. P. 510–524. DOI: 10.1080/13562517.2014.880686
- 14. Кулагина Н. В. Особенности самопрезентации мужчин и женщин в сфере деловых отношений // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2016. № 3. С. 122–128. DOI: 10.17072/2078-7898/2016-3-122-128
- 15. Пикулева О. А. Психология самопрезентации личности: гендерные и возрастные аспекты // Психологическая наука и образование. 2013. № 4. С. 37-44.

- 16. Чекалина А. А. Об особенностях самопрезентации женщин-учителей // Теория и практика общественного развития. 2012. № 3. С. 85–88.
- 17. Семенова Л. Э. Особенности самопрезентации мужчин-педагогов средней школы в контексте их профессиональной деятельности // Психологическая наука и образование. 2008. № 1. С. 82–89.
- 18. Андреева Г. М. Социальная психология в пространстве современной науки и культуры // Психологические исследования. 2013. Т. 6. № 30. Режим доступа: http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/861-andreeva30.html (дата обращения: 31.01.2020).
- 19. Войскунский А. Е. Социальная перцепция в социальных сетях // Вестник Московского университета. Сер. 14. Психология. 2014. № 2. С. 90–104.
- 20. Обыденкова В. К. Специфика киберсоциализации старших подростков разных психологических типов в социальных сетях интернет-среды // Сб. докладов VI Межвуз. конф. молодых ученых по результатам исследований в области психологии, педагогики, социокультурной антропологии / ред. и сост. А. С. Обухов. М.: Издательский отдел Центра исследовательских технологий REDU, 2011. С. 362–366.
- 21. Stopfer J. M., Egloff B., Nestler S., Back M. D. Personality expression and impression formation in online social networks: an integrative approach to understanding the processes of accuracy, impression management and meta-accuracy // European Journal of Personality. 2014. Vol. 28. Iss. 1. P. 73–94. DOI: 10.1002/per.1935
- 22. Rosenberg J., Egbert N. Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook // Journal of Computer-Mediated Communication. 2011. Vol. 17. Iss. 1. P. 1–18. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x
- 23. Becker-Lindenthal H. Students' impression management in MOOCs: an opportunity for existential learning? // MERLOT Journal of Online Learning and Teaching. 2015. Vol. 11. Iss. 2. P. 320–330.
- 24. Ross J., Sinclair C., Knox J., Bayne S., Macleod H. Teacher experiences and academic identity: the missing components of MOOC pedagogy // MERLOT Journal of Online Learning and Teaching. 2014. Vol. 10. Iss. 1. P. 57–69.
- 25. Орлова А. В. Особенности социальной перцепции лица человека, предъявляемого на экране монитора: автореф. дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2009. 21 с.
- 26. Щукина М. А., Яковлева И. В., Крайнюков С. В., Тютюнник Е. И., Бондарева М. О., Аверьянова О. Ю. Особенности визуальной самопрезентации участников деловой коммуникации в виртуальной образовательной среде // Психологические исследования. 2018. Т. 11. № 59. Режим доступа: http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n59/1573-shchukina59. html (дата обращения: 31.01.2020).
- 27. Кузнецова А. А., Никишина В. Б. Видеолекция как самопрезентация преподавателя вуза в условиях электронного образовательного пространства // Высшее образование в России. 2018. Т. 27. № 4. С. 149–155.
- 28. Безгодова С. А., Панферов В. Н., Микляева А. В., Васильева С. В., Иванов А. С. Принципы разработки инструментария для изучения социально-психологической интерпретации личности (на примере интерпретации личности преподавателя студентами) // Внешний облик в различных контекстах взаимодействия: мат-лы Всерос. науч. конф. (Ростов-на-Дону, 28–30 октября 2019 г.) М., 2019. С. 29–31.
- 29. Пикулева О. А. Классификация самопрезентации личности: теоретические основания и проблемные аспекты // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2013. Т. 5. № 1. С. 63–69.
- 30. Долгополова В. С., Барковская О. В. Особенности самопрезентации педагогов в ситуации педагогического взаимодействия «педагог – ученик» // Психологические аспекты развития личности в современном образовательном пространстве: мат-лы региональной науч.-практ. конф. (Благовещенск, 24 октября 2019 г.) Благовещенск, 2019. С. 68–71.
- 31. Семенова З. Ф. Вербальный и невербальный компоненты в формировании образа лица человека: дис. ... канд. психол. наук. Л., 1985. 160 с.

Self-Presentation Strategies as a Factor of Lecturer's Personality Perception by Students in Online Interaction at a Media Lecture*

Anastasiya V. Miklyaeva $^{a, @, ID1}$; Vladimir N. Panferov $^{a, ID2}$; Svetlana A. Bezgodova $^{a, ID3}$; Svetlana V. Vasileva $^{a, ID4}$

Received 01.02.2020. Accepted 25.02.2020.

Abstract: The present reseach featured the effect of the self-presentation strategies used by lecturers on the socio-psychological interpretation of their personality by students at media lectures. The research objective was to define self-presentation strategies that help shape a role model behavior which could be adopted by the students in conditions of direct lecturer – audience interaction. The study focused on two contexts of online interaction. Students in the test group were offered a public media lecture and an out-of-class media lecture given by lecturers they had never seen before. After that, the students were asked to describe the lecturers using the polar profile technique. Both descriptions showed that the maximum convergence of the image of the lecturer with the reference role model resulted from the strategies of self-aggrandizement and attractive behavior. The strategies of evasion (for women) and power (for men) deviated significantly from the reference role model. These types of behavior had a negative impact on perception. Students gave them lower scores for professional qualities. Public media lectures also demonstrated several significant negative shifts in the lecturer's personality assessment that did not depend on the self-presentation strategies.

Keywords: social perception, online education, teacher - student interaction, personality interpretation, first impression

For citation: Miklyaeva A. V., Panferov V. N., Bezgodova S. A., Vasileva S. V. Self-Presentation Strategies as a Factor of Lecturer's Personality Perception by Students in Online Interaction at a Media Lecture *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2020, 22(1): 175–184. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-1-175-184

References

- 1. Kolmogorova L. S., Spiridonova G. G. The concept of impression management of a teacher as seen by students. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2017, (2): 135–140. (In Russ.) DOI: 10.21603/2078-8975-2017-2-135-140
- 2. Pikuleva O. A. Personality self-presentation as a means of impression management: the analysis of impact factors. *Nauchnoe mnenie*, 2014, (2): 140–149. (In Russ.)
- 3. Turnley W. H., Bolino M. C. Achieving desired images while avoiding undesired images: exploring the role of self-monitoring in impression management. *Journal of Applied Psychology*, 2001, 86(2): 351–360. DOI: 10.1037/0021-9010.86.2.351
- 4. Khoroshikh V. V. Psychological factors of success of self-presentation. Cand. Psychol. Sci. Diss. St. Petersburg, 2001, 193. (In Russ.)
- 5. Kleinsasser R. C., Mckeachie W. J. Teaching tips: Strategies, research, and theory for college and university teachers. *Modern Language Journal*, 2011, 78(4): 545–546. DOI: 10.2307/328598
- 6. Kopanev A. N. Features of development of skill of personal positioning of teachers of higher education institution. *Modern issues of biomedicine*, 2019, 3(3): 103–111. (In Russ.)
- 7. Paulhus D. L. Interpersonal and intrapsychic adaptiveness of trait self-enhancement: a mixed blessing? *Journal of Personality and Social Psychology,* 1998, 74(5): 1197–1208. DOI: 10.1037/0022-3514.74.5.1197
- 8. Higgins C. A., Judge T. A. The effect of applicant influence tactics on recruiter perceptions of fit and hiring recommendations: a field study. *Journal of Applied Psychology*, 2004, 89(4): 622–632. DOI: 10.1037/0021-9010.89.4.622
- 9. Pfeffer J., Fong C. T., Cialdini R. B., Portnoy R. R. Overcoming the self-promotion dilemma: interpersonal attraction and extra help as a consequence of who sings one's praises. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2006, 32(10): 1362–1374. DOI: 10.1177/0146167206290337

^a Herzen State Pedagogical University of Russia, Russia, St. Petersburg

[@] a.miklyaeva@gmail.com

^{ID1} https://orcid.org/0000-0001-8389-2275

ID2 https://orcid.org/0000-0002-3528-3122

ID3 https://orcid.org/0000-0001-5425-7838

 $^{^{\}rm ID4}\,\rm https://orcid.org/0000-0002-6052-3431$

^{*}The research was funanced by The Russian Foundation for Basic Research, project No. 19-013-00412 "Socio-psychological interpretation of the lecturer's personality in the informational educational environment".

- 10. Giacalone R. A., Rosenfeld P. Self-presentation and self-promotion in an organizational setting. *The Journal of Social Psychology*, 1986, 126(3): 321–326. DOI: 10.1080/00224545.1986.9713592
- 11. Fiske S. T., Cuddy A. J., Glick P. Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 2007, 11(2): 77–83. DOI:10.1016/j.tics.2006.11.005
- 12. Farreras I. G., Boyle R. W. The effect of faculty self-promotion on student evaluations of teaching. *College Student Journal*, 2012, 46(2): 314–322.
- 13. Kim E. J., Berger C., Kim J., Kim M.-S. Which self-presentation style is more effective? A comparison of instructors' self-enhancing and self-effacing styles across the culture. *Teaching in Higher Education*, 2014, 19(5): 510–524. DOI: 10.1080/13562517.2014.880686
- 14. Kulagina N. V. Peculiarities of men's and women's self-presentation in business relationship. *Perm University Herald. Series "Philosophy. Psychology. Sociology"*, 2016, (3): 122–128. (In Russ.) DOI: 10.17072/2078-7898/2016-3-122-128
- 15. Pikuleva O. A. Psychology of personality self-presentation: gender and age aspects. *Psychological Science and Education*, 2013, (4): 37–44. (In Russ.)
- 16. Chekalina A. A. About features of self-presentation of women-teachers. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 2012, (3): 85–88. (In Russ.)
- 17. Semyonova L. E. Self-presentation in male teachers working in secondary schools in the context of their professional activity. *Psychological Science and Education*, 2008, (1): 82–89. (In Russ.)
- 18. Andreeva G. M. Social psychology in space of modern science and culture. *Psikhologicheskie issledovaniia*, 2013, 6(30). Available at: http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/861-andreeva30.html (accessed 31.01.2020). (In Russ.)
- 19. Voiskunskiy A. E. Social perception while social networking. *Moscow University Psychology Bulletin*, 2014, (2): 90–104. (In Russ.)
- 20. Obydenkova V. K. The specifics of cyber socialization of older adolescents of different psychological types in social networks of the Internet environment. *Proc. VI Interunivers. Conf. of young scientists on the results of research in the field of psychology, pedagogy, and socio-cultural anthropology,* ed. and comp. Obukhov A. S. Moscow: Izdatelskii otdel Tsentra issledovatelskikh tekhnologii REDU, 2011, 362–366. (In Russ.)
- 21. Stopfer J. M., Egloff B., Nestler S., Back M. D. Personality expression and impression formation in online social networks: an integrative approach to understanding the processes of accuracy, impression management and meta-accuracy. *European Journal of Personality*, 2014, 28(1): 73–94. DOI: 10.1002/per.1935
- 22. Rosenberg J., Egbert N. Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2011, 17(1): 1–18. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x
- 23. Becker-Lindenthal H. Students' impression management in MOOCs: an opportunity for existential learning? *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 2015, 11(2): 320–330.
- 24. Ross J., Sinclair C., Knox J., Bayne S., Macleod H. Teacher experiences and academic identity: the missing components of MOOC pedagogy. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 2014, 10(1): 57–69.
- 25. Orlova A. V. Features of social perception of a person's face presented on the monitor screen. Cand. Psychol. Sci. Diss. Abstr. St. Petersburg, 2009, 21. (In Russ.)
- 26. Shchukina M. A., Yakovleva I. V., Kraynyukov S. V., Tyutyunnik E. I., Bondareva M. O., Averyanova O. Yu. Features of the visual self-presentation of participants of business communication in the virtual educational environment. *Psikhologicheskie issledovaniia*, 2018, 11(59). Available at: http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n59/1573-shchukina59.html (accessed 31.01.2020). (In Russ.)
- 27. Kuznetsova A. A., Nikishina V. B. Video lecture as a university teacher's self-representation in the conditions electronic educational resources implementation. *Higher Education in Russia*, 2018, 27(4): 149–155. (In Russ.)
- 28. Bezgodova S. A., Panferov V. N., Miklyaeva A. V., Vasileva S. V., Ivanov A. S. The design principles for the tool to studying social-psychological interpretation of person (by the example of students' interpretation of teachers' persons). *The appearance in different contexts of interaction:* Proc. All-Russian Sci. Conf., Rostov-on-Don, October 28–30, 2019. Moscow, 2019, 29–31. (In Russ.)
- 29. Pikuleva O. A. Dassifications of self-presentation of personality: theoretical grounds and problematic aspects. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina*, 2013, 5(1): 63–69. (In Russ.)
- 30. Dolgopolova V. S., Barkovskaya O. V. Features of self-presentation of teachers in the situation of pedagogical interaction "teacher student". *Psychological aspects of personality development in the modern educational space*: Proc. Regional Sci. Prac. Conf., Blagoveshchensk, October 24, 2019. Blagoveshchensk, 2019, 68–71. (In Russ.)
- 31. Semenova Z. F. *Verbal and nonverbal components in the formation of the image of a person's face.* Cand. Psychol. Sci. Diss. Leningrad, 1985, 160. (In Russ.)