

Университетская онлайн лекция: какие личностные качества позволяют преподавателю эффективнее управлять впечатлением о себе?

С.А. Безгодова, С.В. Васильева, А.В. Микляева

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

s.a.bezgodova@gmail.com, vivatvsv@mail.ru, a.miklyaeva@gmail.com

Аннотация

В статье представлены результаты экспериментального исследования, направленного на изучение социально-психологических особенностей управления впечатлением студентов, осуществляемого преподавателем в процессе онлайн-лекции, а также определение личностных качеств, которые способствуют повышению эффективности управления впечатлением. Теоретико-методологическую основу исследования составила модель управления впечатлением, предложенная М. Лири и Р. Ковальски, предметное поле исследования было ограничено изучением рефлексивного компонента управления впечатлением. На материале сопоставления оценок собственных личностных и профессиональных качеств, атрибутируемых преподавателями (n=30) студентам, с усредненными оценками, предложенными самими студентами (n=543), оценивалась точность отраженных самооценок, рассматриваемая в качестве эмпирического референта эффективности управления впечатлением (в его рефлексивном компоненте). В качестве личностных переменных, которые потенциально могут оказывать влияние на эффективность управления впечатлением, анализировались «психологический склад ума», «социальное присутствие» и «эмпатия», измеренные с помощью Калифорнийского личностного опросника. Для анализа специфики управления впечатлением в условиях онлайн лекции осуществлялось сравнение с данными, полученными в условиях непосредственного взаимодействия преподавателей и студентов. Результаты показали, что в условиях онлайн лекции преподаватели склонны переоценивать впечатление, произведенное ими на студентов, в то время как для офлайн лекции более характерна тенденция к недооценке впечатления. Наименее точные оценки характерны для качеств, характеризующих эмоциональную сторону взаимодействия. Повышение точности отраженного впечатления в ситуации онлайн лекции сопряжено с низкими показателями социального присутствия, тогда как в условиях офлайн лекции, напротив, более эффективное управление впечатлением отмечается у преподавателей с высокими оценками социального присутствия.

Ключевые слова: онлайн лекция, офлайн лекция, аудиторная лекция, внеаудиторная лекция, социально-психологическая интерпретация личности, управление впечатлением, преподаватели, студенты

Библиографическая ссылка: Безгодова С.А., Васильева С.В., Микляева А.В. Университетская онлайн лекция: какие личностные качества позволяют преподавателю эффективнее управлять впечатлением о себе? // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. Выпуск 5 (Труды XXIV Международной объединенной научной конференции «Интернет и современное общество», IMS-2021, Санкт-Петербург, 24 – 26 июня 2021 г. Сборник научных статей). — СПб.: Университет ИТМО, 2021. С. 151-162. DOI: 10.17586/2587-8557-2021-5-151-162

1. Введение

Управление впечатлением, представляющее собой процесс, посредством которого человек контролирует впечатления, формирующиеся о нем у других людей [1], играет важную роль в межличностном взаимодействии. В педагогическом взаимодействии, в том числе в контексте высшего образования, управление впечатлением, осуществляемое преподавателем, существенно влияет на качество образовательных результатов, поскольку восприятие и оценка студентами личностных и профессиональных качеств преподавателя во многом определяет готовность студента к освоению учебного материала [2; 3], что определяет актуальность задачи изучения управления впечатлением в педагогическом процессе. Распространение в условиях современного образования онлайн формата учебных занятий предполагает анализ закономерностей управления впечатлением не только в непосредственном взаимодействии преподавателей и студентов, но и в условиях их взаимодействия в цифровой среде, специфика которого заключается в сокращении вовлеченности в коммуникацию, снижении личностности общения и ограничении возможностей получать своевременную обратную связь [4; 5], очевидно, предопределяет существование социально-психологических различий в механизмах управления впечатлением и опосредующих этот процесс факторах. Анализ литературы показывает, что при наличии довольно большого количества работ, посвященных проблеме управления впечатлением в педагогическом взаимодействии, осуществляемом в офлайн формате [6, 7, 8], исследования особенностей этого процесса в условиях онлайн обучения остаются довольно фрагментарными и раскрывают, в первую очередь, проблемы самопрезентации преподавателя.

Между тем, управление впечатлением не сводится исключительно к проблеме самопрезентации. Согласно модели М. Лири и Р. Ковальски, процесс управления впечатлением имеет двухкомпонентную структуру и включает в себя мотивационный и рефлексивный компоненты. Мотивационный компонент, определяющий степень, в которой люди мотивированы контролировать то, как их видят другие, определяется целью, которую преследует субъект управления впечатлением, ценностью желаемых результатов и несоответствием между текущими и желаемыми образами. Рефлексивный компонент характеризует текущий социальный образ, желаемые и нежелательные образы и ролевые ограничения [9]. Первый компонент этой модели содержательно сближен с понятием самопрезентации, тогда как второй характеризует способность субъекта к отражению впечатления, которое он производит на других людей, и соотнесение его с желаемым образом. Как уже отмечалось выше, самопрезентация преподавателя в онлайн взаимодействии со студентами довольно часто становится предметом социально-психологического анализа, в то время как рефлексивный компонент управления впечатлением в педагогическом процессе, разворачивающемся в цифровой среде, практически не изучен. Имеются сведения о том, что управление впечатлением студентов в условиях онлайн взаимодействия затруднено в силу сокращения возможностей непосредственной обратной связи [10]. В то же время исследования показывают, что грамотное управление впечатлением в онлайн взаимодействии преподавателя со студентами способствует повышению качества учебного процесса за счет усиления личностной вовлеченности студентов в образовательный процесс [11], которая традиционно рассматривается в качестве одного из основных «дефицитов» онлайн-образования, что возможно только при условии точного понимания преподавателем впечатлений о нем, возникающих у студентов во взаимодействии с ним [12]. Именно поэтому предметом нашего исследования стал рефлексивный компонент управления впечатлением студентов в работе преподавателя вуза, операционализированный в нашем исследовании как точность оценок личностных и профессиональных качеств преподавателя, атрибутируемых им/ей студентам. Учитывая важную роль ситуационных факторов, опосредующих особенности управления впечатлением [13], в качестве модели

для изучения особенностей управления впечатлением студентов в онлайн взаимодействии был выбран лекционный формат занятий, в котором, независимо от того, осуществляется оно онлайн или офлайн, значительно больше сходных моментов (преобладание монолога над диалогом, информационная нагруженность и др.), в сравнении с такими форматами, как семинарское занятие, коллоквиум и др.

Помимо ситуационных факторов существенное влияние на качество управления впечатлением оказывают личностные особенности субъекта [13], прежде всего те, которые характеризуют его социально-психологический потенциал, проявляющийся в осознанности самопрезентационных действий [14], уверенности [15], самомониторинге [16].

Таким образом, целью нашего исследования стало изучение социально-психологических особенностей управления впечатлением студентов (в его рефлексивном компоненте), осуществляемого преподавателем в процессе онлайн-лекции, а также определение личностных качеств, которые способствуют повышению эффективности управления впечатлением.

2. Материалы и методы

Исследование носило экспериментальный характер. К участию в эксперименте привлекались 30 преподавателей психологии (в том числе 15 женщин и 15 мужчин) в возрасте $43,17 \pm 11,56$ лет со стажем преподавательской деятельности $12,13 \pm 8,52$ лет, а также 453 студента младших курсов педагогического университета в возрасте $19,10 \pm 1,27$ лет (79,6 % женщин).

Преподавателю было предложено подготовить 10-12-минутную лекцию в рамках программы учебной дисциплины «Общая и социальная психология» и прочитать ее: 1) в офлайн формате (в аудиторном формате), студенческих группах, с которыми они не были ранее знакомы; 2) во внеаудиторном формате, с видеозаписью лекции и ее последующим предъявлением другим группам студентов, также не знакомых с преподавателями, читающими лекции, в онлайн-формате. По завершении лекций преподавателей просили охарактеризовать то впечатление, которое, по их мнению, им удалось произвести на студенческую аудиторию (далее – «отраженное впечатление»). Для характеристики отраженного впечатления использовался метод полярных профилей, содержательно раскрывающий различные аспекты эталонного образа преподавателя [17]. Студентам после завершения лекции также предлагалось дать характеристику личности преподавателя, используя те же самые оценочные шкалы. Оценки, полученные от студентов, слушавших одну и ту же лекцию, усреднялись. Точность отраженного впечатления оценивалась как разность между самооценкой впечатления, произведенного на студентов, и усредненными студенческими оценками.

Личностные качества преподавателей, которые рассматривались в качестве потенциальных предикторов эффективности управления впечатлением о себе, оценивались с помощью Калифорнийского личностного опросника (шкалы «психологический склад ума», «социальное присутствие» и «эмпатия»), которые хорошо зарекомендовали себя в нашем предыдущем исследовании [18]. Преподаватели заполняли опросник после завершения экспериментальной части исследования. Также учитывались предшествующий опыт проведения онлайн лекций, стаж работы, возраст и пол преподавателей, принявших участие в исследовании.

Статистическая обработка полученных результатов осуществлялась с помощью пакета статистических программ Statistica10.0 и включала расчет описательных статистик, критериальный (критерий знаков для зависимых выборок Z; критерии Манна – Уитни z и Краскела – Уоллиса H для независимых выборок), корреляционный (коэффициент корреляции Спирмена, rs) и дисперсионный анализ (F). Несмотря на то, что распределение признаков «точность отраженного впечатления» для лекций в формате офлайн и онлайн

отличается от нормального, применение дисперсионного анализа было признано оправданным в силу ограниченного количества независимых факторов и равномерного распределения ответов в категориальной сетке, что, по мнению ряда исследователей, считается достаточным основанием для применения дисперсионного анализа [19].

3. Результаты

Полученные результаты позволяют констатировать, что преподаватели в целом склонны переоценивать впечатление, произведенное ими на студентов в ходе онлайн лекции, тогда как при непосредственном взаимодействии, напротив, более типична некоторая недооценка впечатления (среднее значение показателей точности отраженного впечатления в условиях офлайн лекции составляет -0,39, тогда как для онлайн лекции – 0,25). Все значимые различия между самооценками произведенного впечатления и оценками, полученными от студентов по завершении лекции в онлайн формате, находятся в диапазоне положительных значений, что свидетельствует о том, что отраженные оценки, предложенные преподавателями, превышают реальные оценки, полученные в ходе опроса студентов. Наиболее существенные расхождения оценок, полученных на материале анализа лекции в онлайн формате, зафиксированы по параметрам, характеризующим, прежде всего, эмоциональную сторону взаимодействия («способность заинтересовать материалом», «добросердечие», «способность сохранять спокойствие», «чувство юмора»). В случае лекции офлайн эмоциональные качества, проявляющиеся во взаимодействии преподавателями, напротив, чаще недооцениваются («доброжелательность», «способность сохранять спокойствие»), так же, как и характеристики собственного профессионализма («компетентность», «образованность», «профессионализм») и качества, характеризующие коммуникативный потенциал («адекватность», «вежливость», «общительность», «терпеливость») (таблица 1).

Таблица 1. Точность отраженного впечатления в ситуации онлайн и офлайн лекции

Качества	Точность управления впечатлением офлайн (среднее значение)	Значимые различия между самооценкой и оценками студентов (офлайн), Z	Точность управления впечатлением онлайн (среднее значение)	Значимые различия между самооценкой и оценками студентов (онлайн), Z
Адекватность	-0,71	2,46*	0,45	-
Вежливость	-0,61	3,46**	-0,47	-
Внешняя привлекательность	-0,38	-	-0,90	-
Внимательность	-0,38	-	0,22	-
Доброжелательность	-0,69	2,69**	0,56	-
Добросовестность	-0,56	-	0,38	-
Доброта	-0,45	-	-0,09	-
Способность заинтересовать материалом	-0,34	-	0,67	2,46**
Знание преподаваемого предмета	-0,51	-	0,96	-
Общительность	-0,72	2,07*	0,75	-
Компетентность	-0,58	2,22**	0,63	-

Качества	Точность управления впечатлением офлайн (среднее значение)	Значимые различия между самооценкой и оценками студентов (офлайн), Z	Точность управления впечатлением онлайн (среднее значение)	Значимые различия между самооценкой и оценками студентов (онлайн), Z
Креативность	-0,09	-	0,54	-
Любовь к профессии	-0,58	-	-1,00	-
Обаяние	0,43	-	-0,36	-
Образованность	-1,21	2,08*	0,23	-
Объективность	0,23	-	0,47	-
Ответственность	-0,42	-	-1,53	-
Отзывчивость	0,19	-	3,94	-
Общительность	0,07	-	-0,07	-
Добросердечие	0,10	-	0,18	3,21***
Профессионализм	-0,50	2,30*	1,38	-
Пунктуальность	-0,56	-	-0,31	-
Чувство юмора	0,19	-	1,56	2,97**
Способность сохранять спокойствие	-1,37	3,34**	0,90	3,44***
Справедливость	-0,11	-	-0,63	-
Стрессоустойчивость	-0,74	-	-0,69	-
Лояльность	-0,34	-	0,56	-
Терпеливость	-0,65	2,16*	-0,53	-
Терпимость	-0,29	-	-0,25	-
Трудолюбие	-0,60	-	0,50	-
Уверенность в себе	-0,40	-	0,27	-
Ум	-0,62	-	-0,46	-
Харизматичность	-0,40	-	0,41	-
Честность	0,07	-	0,35	-

Примечание: * – $p \leq 0,05$; ** – $p \leq 0,01$

Достоверные гендерные различия показателей точности управления впечатлением были обнаружены лишь по отдельным параметрам оценки, и каждое из них в целом укладывается в общие тенденции, описанные выше. Так, недооценивать собственные качества, характеризующие эмоциональную сторону взаимодействия, в большей степени склонны преподаватели-женщины, в сравнении с преподавателями-мужчинами (параметры «добросердечие», «способность сохранять спокойствие», «доброта», $2,08 < z < 2,86$, $p < 0,05$), однако эти показатели свидетельствуют о склонности к недооценке соответствующих качеств в обоих случаях. Для преподавателей-мужчин, напротив, свойственна несколько более выраженная недооценка параметров, характеризующих их профессиональный и коммуникативный потенциал, в условиях офлайн лекции (параметры «компетентность», «профессионализм», «объективность», «харизматичность», $2,12 < z < 2,94$, $p < 0,05$), при этом преподаватели-женщины также недооценивают

произведенное на студентов впечатление по этим параметрам, но в несколько меньшей степени.

На основе результатов корреляционного анализа было установлено, что показатели точности отраженного впечатления (независимо от формата лекции) связаны с возрастом преподавателей множественными положительными взаимосвязями, что свидетельствует об общей тенденции к переоценке произведенного на студентов впечатления, свойственной более старшим преподавателям, и, напротив, о тенденции недооценивать произведенное впечатление среди преподавателей более младшего возраста ($0,42 \leq r_s \leq 0,68$, $p \leq 0,05$).

Сравнительный анализ не позволил выявить различий между подгруппами преподавателей с разным опытом проведения учебных занятий в формате онлайн. В то же время достоверные различия в точности отраженного впечатления были обнаружены при анализе показателей, полученных в подгруппах преподавателей с разным стажем работы (таблица 2). Можно отметить, что в ситуации онлайн лекции по мере увеличения профессионального опыта возрастает точность (с некоторой тенденцией к переоценке) отраженного впечатления по параметрам, характеризующим проявления коммуникативного потенциала («адекватность», «объективность», «доброжелательность»), а в ситуации офлайн лекции более опытные преподаватели в наименьшей степени, чем остальные, склонны недооценивать свой профессионализм (параметры «способность заинтересовать материалом», «знание предмета», «компетентность»).

Таблица 2. Точность отраженного впечатления у преподавателей с разным стажем работы

Качества	Лекция офлайн			Н	Лекция онлайн			Н
	менее 3 лет	3-10 лет	более 10 лет		менее 3 лет	3-10 лет	более 10 лет	
Адекватность	-0,61	-0,32	-0,48	-	-0,75	0,22	0,14	4,21*
Доброжелательность	-0,51	-0,75	-0,85	-	-0,59	-0,13	0,22	4,76*
Способность заинтересовать материалом	-3,07	0,26	0,02	9,97**	-2,39	1,58	-0,53	-
Знание предмета	-2,25	-0,31	-0,15	5,66*	-0,74	0,65	0,30	-
Компетентность	-2,87	-0,32	-0,11	9,37**	-1,77	0,55	0,36	-
Объективность	-1,61	-0,12	0,12	-	-0,86	0,24	0,40	4,14*

Примечание: * – $p \leq 0,05$; ** – $p \leq 0,01$

На основе результатов корреляционного анализа было установлено, что оцениваемые в исследовании особенности личности (социальное присутствие, психологический склад ума и эмпатия) теснее связаны с показателями точности отраженного впечатления, полученными в условиях офлайн лекции, в сравнении с лекцией в онлайн формате (18 и 6 корреляционных связей соответственно), при этом показатели эмпатии не продемонстрировали значимых взаимосвязей с показателями точности отраженного впечатления ни в одном из случаев. Дисперсионный анализ показал, что в ситуации онлайн лекции более высокие показатели социального присутствия определяют переоценку преподавателем способности заинтересовать слушателей учебным материалом ($F=3,72$, $p=0,04$), уверенности в себе ($F=4,30$, $p=0,03$) и особенно стрессоустойчивости ($F=10,68$, $p=0,0005$), в то время как низким показателям социального присутствия соответствуют оценки точности отраженного впечатления, близкие к адекватным. В то же время высокие и средние показатели психологического склада ума способствуют адекватности отраженной самооценки некоторых коммуникативных качеств

(«доброжелательность», «общительность»), а низкие показатели, в свою очередь, сопряжены с недооценкой этих проявлений своего коммуникативного потенциала ($F=5,31$, $p=0,01$ и $F=3,61$, $p=0,05$ соответственно). В ситуации офлайн лекции высокие значения показателя социального присутствия, напротив, определяют недооценку стрессоустойчивости и уверенности в себе, тогда как средние значения сопряжены с отраженными оценками стрессоустойчивости, близкими с оценочными суждениями студентов, а низкие – с их переоценкой ($F=9,89$, $p=0,0007$ и $F=5,72$, $p=0,001$ соответственно).

4. Обсуждение результатов

Наше исследование было направлено на изучение социально-психологических особенностей управления впечатлением студентов, осуществляемого преподавателем в процессе онлайн-лекции. В фокусе исследовательского внимания находился рефлексивный компонент управления впечатлением, характеризующий точность отраженного впечатления. Исследование было организовано в сравнительном ключе и предполагало сопоставление рефлексивных характеристик управления впечатлением студентов в условиях онлайн и офлайн лекции, что позволило нам описать специфику управления впечатлением в ситуации педагогического взаимодействия онлайн. Полученные результаты свидетельствуют о том, что точность отраженного впечатления существенно различается в зависимости от того, в каком формате осуществляется лекционное занятие: онлайн или офлайн. Для офлайн формата, предполагающего непосредственное взаимодействие преподавателя со студентами, характерна некоторая недооценка преподавателем впечатления, произведенного на студентов, в то время как для онлайн лекции, напротив, более типичной является его переоценка преподавателем. Интересно, что наиболее выраженная переоценка произведенного впечатления, достигающая уровня статистической значимости, была отмечена в связи с качествами, характеризующими эмоциональную сторону взаимодействия. На наш взгляд, этот факт отражает принципиальные различия в социально-психологической интерпретации личности преподавателя студентами в условиях онлайн взаимодействия, которые заключаются, прежде всего, в изменениях трактовок эмоциональных проявлений, традиционно используемых в офлайн-формате в качестве инструмента установления контакта со студентами: улыбок, шуток и т.д. [20]. Преподаватели, перенося в онлайн формат используемые в офлайне способы взаимодействия, ожидают привычных интерпретаций их поведения со стороны студентов, однако на практике их ожидания не вполне оправдываются. Тенденция к переоценке преподавателями впечатления, произведенного во время онлайн лекции на студентов, и по другим качествам (профессионализм, коммуникативный потенциал) возможно, свидетельствует о том, что онлайн формат педагогического взаимодействия предполагает более «сильную», более очевидную демонстрацию собственных профессиональных и коммуникативных возможностей, о чем свидетельствует, в частности эффективность в педагогическом взаимодействии онлайн таких стратегий самопрезентации, как самовозвышение и аттрактивное поведение [21].

В исследовании также осуществлялся поиск личностных качеств преподавателя, которые способствуют повышению эффективности управления впечатлением студентов в условиях онлайн лекции. Было установлено, что наибольший вклад в точность отраженного впечатления вносят характеристики социального присутствия, которые выражают степень личностной вовлеченности человека во взаимодействие с другими людьми (в нашем случае – преподавателя со студентами). Результаты показали, что в условиях онлайн лекции более точно отражают впечатление, произведенное на студентов, преподаватели, для которых характерны невысокие значения показателя социального присутствия, в то время как в офлайн формате низкие значения этого показателя,

напротив, являются «фактором риска» неточности оценки впечатления. На наш взгляд, этот результат указывает на значимость релевантности меры социального присутствия, свойственной преподавателю, социально-психологическим особенностям ситуации онлайн и офлайн лекции. В непосредственном взаимодействии, характеризующем более высокой личностной вовлеченностью субъектов [5], выраженность социального присутствия как черты личности преподавателя обеспечивает более высокое качество контакта с аудиторией и тем самым способствует более точному пониманию впечатления, производимого на студентов. В условиях онлайн взаимодействия, напротив, высокая готовность преподавателя к включению во взаимодействие, вероятно, способствует переоценке вовлеченности в коммуникацию со стороны студентов, ожиданию от них такой же включенности, как и в офлайн общении, и, возможно, применению коммуникативных приемов, более соответствующих условиям офлайн лекции. Низкая выраженность социального присутствия как личностного качества преподавателя в этом случае оказывается более релевантной формату онлайн взаимодействия.

Отметим, что наше исследование имеет несколько ограничений, связанных, в первую очередь, с характеристиками выборки. Так, преподаватели, принимавшие участие в исследовании, преподают дисциплины психологического цикла и имеют профессиональное психологическое образование, которое, без сомнения, накладывает отпечаток как на их личностные особенности, так и на способы коммуникации, которые они используют во взаимодействии со студентами. То же отчасти можно сказать и о студентах, привлеченных к участию в исследовании, которые являются будущими педагогами, что также может находить отражение в особенностях их личности и взаимодействия с людьми. В связи с этим в перспективе целесообразно провести аналогичные исследования с привлечением респондентов, профессиональная подготовка которых не связана со сферой социоцентрических профессий. В этом смысле можно считать представленные в данной статье результаты, раскрывающие специфику управления впечатлением студентов преподавателями в условиях онлайн лекции, лишь первым шагом в цепи исследований, учитывающих специфику профессиональной подготовки в вузах различной направленности. Вместе с тем, полученные нами результаты позволяют сделать первые обобщения, которые характеризуют как универсальные особенности управления впечатлением студентов, проявляющиеся независимо от того, в каком формате (онлайн или офлайн) осуществляется взаимодействие, так и особенности, характерные исключительно для взаимодействия в формате онлайн. Соответствующее обобщение представлено в выводах по результатам исследования.

5. Выводы

Полученные результаты позволяют выделить особенности управления впечатлением студентов, универсальные для онлайн и офлайн форматов лекционного занятия, а также особенности, специфичные для онлайн лекции. В числе универсальных особенностей были обнаружены тенденции к переоценке впечатления, произведенного на студентов, среди преподавателей более старшего возраста, и, напротив, к недооценке произведенного впечатления, типичной для более молодых преподавателей, а также более тесные связи показателей точности отраженного впечатления с личностными особенностями преподавателей, выражаемыми конструктом «социальное присутствие», в сравнении с «психологическим складом ума» и особенно «эмпатией». В числе специфических особенностей, характерных для лекции в онлайн формате, зафиксирована склонность преподавателей переоценивать впечатление, произведенное ими на студентов, в то время как для офлайн лекции более характерна тенденция к недооценке впечатлений. Наименьшей точностью в ситуации онлайн лекции отличаются отраженные оценки качеств, характеризующих эмоциональную сторону взаимодействия, которые, как правило, оцениваются преподавателями выше, чем студентами.

Преподавательский опыт, выражающийся в показателе стажа работы, а также предшествующий опыт подготовки и проведения онлайн лекций, не являются факторами, способствующими компенсации неточностей в отраженных оценках качеств, характеризующими эмоциональную сторону взаимодействия, однако преподавательский опыт обеспечивает несколько более точные отраженные оценки коммуникативного потенциала, наряду с более или менее выраженными качествами личности, объединенными в конструкте «психологический склад ума». Вклад в повышение точности отраженного впечатления (в том числе в отношении качеств, характеризующих эмоциональную сторону взаимодействия) в ситуации онлайн лекции вносят низкие показатели социального присутствия, а его высокие значения сопряжены с переоценкой впечатления, произведенного на студентов, тогда как в условиях офлайн лекции наблюдаются противоположные тенденции. Полученные результаты указывают на необходимость дальнейшего исследования особенностей управления впечатлением студентов преподавателями в условиях онлайн лекции и поиска ресурсов повышения точности отраженных оценок профессиональных и личностных качеств.

Литература

- [1] Schneider D.J. Tactical self-presentations: Toward a broader conception // *Impression management theory and social psychological research*. New York: Academic Press, 1981. P. 23–40.
- [2] 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.
- [3] Ращупкина К.С. Основные составляющие стратегии самопрезентации в учебном дискурсе // *Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал*. 2015. № 41. С. 72 – 74.
- [4] Wei C., Chen N., Kinshuk. A model for social presence in online classrooms // *Educational Technology Research and Development*. 2012. Vol. 60. №. 3. P. 529-545. DOI: 10.1007/s11423-012-9234-9.
- [5] Walther J.B. Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective // *Communication research*. 1992. Vol. 19, №.1. P. 52–90.
- [6] Чекалина А.А. Об особенностях самопрезентации женщин-учителей // *Теория и практика общественного развития*. 2012. № 3. С. 85–88.
- [7] Семенова Л.Э. Особенности самопрезентации мужчин-педагогов средней школы в контексте их профессиональной деятельности // *Психологическая наука и образование*. 2008. №. 1. С. 82-89.
- [8] Farreras I.G., Boyle R.W. The effect of faculty self-promotion on student evaluations of teaching // *College Student Journal*. 2012. Vol. 46. No. 2. P. 314–323.
- [9] Leary M.R., Kowalski R.M. Impression management: A literature review and two-component model // *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 107. №. 11. P. 34–47. DOI: 10.1037/0033-2909.107.1.34.
- [10] Becker-Lindenthal H. Students' Impression Management in MOOCs: An Opportunity for Existential Learning? // *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*. 2015. Vol. 11. No. 2. P. 320 – 332.
- [11] Harrison, K.M. Impression Management and Social Presence within Asynchronous Online Discussions: A Case Study. ProQuest LLC. Ph.D. Dissertation, Northern Illinois University. 293 p.
- [12] Liu C., Liu W. Impression Evaluation and Management of Teachers of University // *International Journal of Computational Intelligence Systems*. 2007. №. 10. P. 1469–1472. DOI: 10.2991/iske.2007.250.

- [13] Пикулёва О.А. Самопрезентация личности как средство управления впечатлением: анализ факторов влияния // Научное мнение. 2014. № 2. С. 140–149.
- [14] Baumeister R.F., Tice D.M., Hutton D.G. Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem // Journal of Personality. 1989. №. 57. P. 547–579.
- [15] Schütz A. Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self-presentation: A taxonomy // The Journal of Psychology. 1998. Vol. 132. №. 6. P. 611–628.
- [16] Bolino M.C., Turnley W.H. Achieving Desired Images While Avoiding Undesired Images: Exploring the Role of Self-Monitoring in Impression Management // Journal of Applied Psychology. 2001. Vol. 86. No. 2. P. 351–360.
- [17] Панферов В.Н., Микляева А.В., Безгодова С.А., Васильева С.В., Иванов А.С. Разработка инструментария для изучения социально-психологической интерпретации личности преподавателя студентами на основе моделирования эталона его ролевого образа // Психология человека в образовании. 2019. Т. 1. № 2. С. 158–168. DOI: 10.33910/2686-9527-2019-1-2-158-168.
- [18] Панферов В.Н., Безгодова С.А., Иванов А.С., Васильева С.В., Микляева А.В. Атрибуция личностных качеств преподавателя в условиях видеолекции в контексте социально-психологических характеристик личности студентов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2019. № 193. С. 116–126.
- [19] Norman G. Likert scales, levels of measurement and the “laws” of statistics // Advances in Health Sciences Education. 2010. №. 15. P. 625–632. DOI: 10.1007/s10459-010-9222-y.
- [20] Панферов В.Н., Безгодова С.А., Васильева С.В., Иванов А.С., Микляева А.В. Интерпретация поведения преподавателя в условиях непосредственного и опосредованного взаимодействия со студентами // Индивидуальное, национальное и глобальное в сознании современного человека: новые идеи, проблемы, научные направления. Сер. Интеграция академической и университетской психологии. Москва: Институт психологии РАН. 2020. С. 438–447. DOI: 10.38098/univ.2020.55.72.032.
- [21] Микляева А.В., Панферов В.Н., Безгодова С.А., Васильева С.В. Стратегии самопрезентации преподавателей как фактор их личности студентами в онлайн-взаимодействии (на примере медиалекции) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. Т. 22. № 1 (81). С. 175–184. DOI: 10.21603/2078-8975-2020-22-1-175-184.

University online lecture: what personal qualities allow the teacher to more effectively manage the impression of himself/herself?

S.A. Bezgodova, S.V. Vasileva, A.V. Miklyaeva

¹ Herzen State Pedagogical University of Russia

The article presents the results of an experimental study aimed at studying the socio-psychological characteristics of student impression management carried out by a teacher in the process of an online lecture, as well as determining personal qualities that contribute to improving the effectiveness of impression management. The theoretical and methodological basis of the research was formed by the impression management model proposed by M. Leary and R. Kowalski. Based on the comparison of assessments of their own personal and professional qualities attributed by teachers (n = 30) to students, with the average assessments proposed by the students themselves (n = 543), the accuracy of the reflected self-assessments was assessed, considered as an empirical referent of the effectiveness of impression management (in its reflexive component). Psychological mindset, social presence, and empathy, as measured by the California Personality Questionnaire, were analyzed as personality variables that could potentially influence the effectiveness of impression management. The results showed that in the

context of online lectures, teachers tend to overestimate the impression they made on students, while offline lectures tend to underestimate the experience more. The least accurate assessments are characteristic of the qualities that characterize the emotional side of the interaction. An increase in the accuracy of the reflected impression in the situation of an online lecture is associated with low rates of social presence, while in an offline lecture, on the contrary, more effective impression management is noted among teachers with high scores of social presence.

Keywords: online lecture, offline lecture, classroom lecture, extracurricular lecture, socio-psychological interpretation of personality, impression management, teachers, students

Reference for citation: Bezgodova S.A., Vasileva S.V., Miklyaeva A.V. University online lecture: what personal qualities allow the teacher to more effectively manage the impression of himself/herself? // Information Society: Education, Science, Culture and Technology of Future. Vol. 5 (Proceedings of the XXIV International Joint Scientific Conference «Internet and Modern Society», IMS-2021, St. Petersburg, June 24-26, 2021). - St. Petersburg: ITMO University, 2021. P. 151 – 162. DOI: 10.17586/2587-8557-2021-5-151-162

Reference

- [1] Schneider, D.J. Tactical self-presentations: Toward a broader conception // Impression management theory and social psychological research. New York: Academic Press, 1981. P. 23–40.
- [2] Kolmogorova L.S., Spiridonova G.G. Predstavleniya studentov o samoprezentatsii pedagoga // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2017. № 2. P. 135–140. DOI: 10.21603/2078-8975-2017-2-135-140. [In Russian]
- [3] Rashchupkina K.S. Osnovnye sostavlyayushchie strategii samoprezentatsii v uchebnom diskurse // Mir lingvistiki i kommunikatsii: ehlektronnyi nauchnyi zhurnal. 2015. № 41. P. 72–74. [In Russian]
- [4] Wei C., Chen N., Kinshuk. A model for social presence in online classrooms // Educational Technology Research and Development. 2012. Vol. 60. №. 3. P. 529-545. DOI: 10.1007/s11423-012-9234-9.
- [5] Walther J.B. Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective // Communication research. 1992. Vol. 19. №. 1. P. 52–90.
- [6] Chekalina A.A. Ob osobennostyakh samoprezentatsii zhenshchin-uchitelei // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2012. № 3. P. 85–88. [In Russian]
- [7] Semenova L.E.H. Osobennosti samoprezentatsii muzhchin-pedagogov srednei shkoly v kontekste ikh professional'noi deyatel'nosti // Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie. 2008. №. 1. P. 82-89. [In Russian]
- [8] Farreras I.G., Boyle R.W. The effect of faculty self-promotion on student evaluations of teaching // College Student Journal. 2012. Vol. 46. No. 2. P. 314–323.
- [9] Leary M.R., Kowalski R.M. Impression management: A literature review and two-component model // Psychological Bulletin. 1990. Vol. 107. №. 11. P. 34–47. DOI: 10.1037/0033-2909.107.1.34.
- [10] Becker-Lindenthal H. Students' Impression Management in MOOCs: An Opportunity for Existential Learning? // MERLOT Journal of Online Learning and Teaching. 2015. Vol. 11. No. 2. P. 320–332.
- [11] Harrison, K.M. Impression Management and Social Presence within Asynchronous Online Discussions: A Case Study. ProQuest LLC. Ph.D. Dissertation, Northern Illinois University. 293 p.
- [12] Liu C., Liu, W. Impression Evaluation and Management of Teachers of University // International Journal of Computational Intelligence Systems. 2007. №. 10. P. 1469–1472. DOI: 10.2991/iske.2007.250.

- [13]Pikuleva O.A. Samoprezentatsiya lichnosti kak sredstvo upravleniya vpechatleniem: analiz faktorov vliyaniya // Nauchnoe mnenie. 2014. № 2. P. 140–149. [In Russian]
- [14]Baumeister R.F., Tice D.M., Hutton D.G. Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem // Journal of Personality. 1989. №. 57. P. 547 – 579.
- [15]Schütz A. Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self-presentation: A taxonomy // The Journal of Psychology. 1998. Vol. 132. №. 6. P. 611–628.
- [16]Bolino M.C., Turnley W.H. Achieving Desired Images While Avoiding Undesired Images: Exploring the Role of Self-Monitoring in Impression Management // Journal of Applied Psychology. 2001. Vol. 86. No. 2. P. 351–360.
- [17]Panferov V.N. i dr. / V.N. Panferov, A.V. Miklyayeva, S.A. Bezgodova, S.V. Vasil'eva, A.S. Ivanov // Razrabotka instrumentariya dlya izucheniya sotsial'no-psikhologicheskoi interpretatsii lichnosti prepodavatelya studentami na osnove modelirovaniya ehtalona ego rolevogo obraza. Psikhologiya cheloveka v obrazovanii. 2019. T. 1. № 2. С. 158–168. DOI: 10.33910/2686-9527-2019-1-2-158-168. [In Russian]
- [18]Panferov V.N. i dr. Atributsiya lichnostnykh kachestv prepodavatelya v usloviyakh videolektsii v kontekste sotsial'no-psikhologicheskikh kharakteristik lichnosti studentov/ V.N. Panferov, S.A. Bezgodova, A.S. Ivanov, S.V. Vasil'eva, A.V. Miklyayeva // Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena. 2019. № 193. P. 116–126. [In Russian]
- [19]Norman, G. Likert scales, levels of measurement and the “laws” of statistics // Advances in Health Sciences Education. 2010. №. 15. P. 625–632. DOI: 10.1007/s10459-010-9222-y.
- [20]Panferov V.N. i dr. Interpretatsiya povedeniya prepodavatelya v usloviyakh neposredstvennogo i oposredovannogo vzaimodeistviya so studentami / V.N. Panferov, S.A. Bezgodova, S.V. Vasil'eva, A.S. Ivanov, A.V. Miklyayeva // Individual'noe, natsional'noe i global'noe v soznanii sovremennogo cheloveka: novye idei, problemy, nauchnye napravleniya. Ser. "Integratsiya akademicheskoi i universitetskoi psikhologii". Moskva: Institut psikhologii RAN. 2020. P. 438–447. DOI: 10.38098/univ.2020.55.72.032. [In Russian]
- [21]Miklyayeva A.V i dr. Strategii samoprezentatsii prepodavateleĭ kak faktor vospriyatiya ikh lichnosti studentami v onlain-vzaimodeistvii (na primere medialektsii) / A.V. Miklyayeva, V.N. Panferov, S.A. Bezgodova, S.V. Vasil'eva // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2020. T. 22. № 1 (81). P. 175–184. DOI: 10.21603/2078-8975-2020-22-1-175-184. [In Russian]