

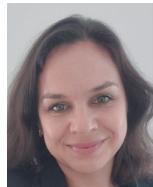
## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

# Профессиональная самопрезентация преподавателя иностранного языка в виртуальных социальных сетях (на примере вуза)

## Professional Self-Presentation of a Foreign Language Teacher in Virtual Social Networks (Using the Example of a University)

DOI: 10.12737/2587-9103-2025-14-2-20-25

Получено: 05 февраля 2025 г. / Одобрено: 25 февраля 2025 г. / Опубликовано: 26 апреля 2024 г.

**К.С. Ращупкина**

Канд. филол. наук, доцент,  
доцент кафедры иностранных языков  
гуманитарных факультетов,  
Тверской государственный университет,  
Россия, Тверь, ул. Желябова, 33,  
e-mail: rash-christina@yandex.ru

**Rashchupkina K.S.**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Foreign  
Languages for Humanities,  
Tver State University,  
33, Zhelyabov str., Tver, Russia,  
e-mail: rash-christina@yandex.ru

**Аннотация**

В статье говорится о профессиональной самопрезентации преподавателя иностранного языка в вузе на примере использования виртуальных социальных сетей.

Автор обосновывает актуальность выбранной темы исследования, раскрывает значимость заявленного вопроса, связывая контексте самопрезентационной деятельности учебный тип дискурса с презентационным и интернет-дискурсом, определяет многогранность поставленных целей и объясняет применение актуализированных методов исследования.

**Цель.** В качестве цели исследования выделяется исследование самопрезентации преподавателей иностранного языка с позиций профессиональной направленности и с учетом возможностей сервисов Всемирной глобальной сети, а именно — современных социальных сетей.

**Задачи исследования:**

- 1) дать определение рассматриваемому явлению;
- 2) выявить взаимосвязь профессиональной самопрезентации преподавателя-лингвиста и степени профессиональной активности педагога;
- 3) установить количественное проявление заявленных социальных сетей и привести конкретные примеры использования;
- 4) классифицировать преподавателей иностранного языка в зависимости от способа стремления транслировать свои научные знания в массы;
- 5) разработать типологию стратегий профессиональной самопрезентации преподавателей-лингвистов.

**Методология.** Выбор методов и конкретных методик исследования для получения необходимой информации осуществляется в соответствии с целью и задачами работы. Основным диагностическим методом данного исследования является масштабное анкетирование. Для статистической обработки и анализа эмпирического материала в работе используются методы семантической и прагматической интерпретации, аналитический метод, метод количественного анализа.

**Результаты.** Результатом исследования является определение «профессиональной самопрезентации», данное автором исследования,

приведенная классификация преподавателей иностранного языка в вузе на основе стремления транслировать свои научные знания, а также представленная типология стратегий профессиональной самопрезентации педагогов-лингвистов.

**Научная новизна.** Научная новизна предлагаемого исследования заключается в попытке рассмотреть профессиональную самопрезентацию в рамках освоения учебной дисциплины «Иностранный язык» в вузе и с учетом использования социальных сетей.

**Практическая значимость.** Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных результатов в разработке общих и специальных курсов по теории языка, теории речевого воздействия, прагматике речевого общения, методике преподавания иностранных языков, психологии, смежных гуманитарных наук.

**Ключевые слова:** профессиональная самопрезентация, виртуальные социальные сети, презентационный дискурс, учебный дискурс, цифровой имидж, типология стратегий.

**Abstract**

The article talks about the professional self-presentation of a foreign language teacher at a university using the example of social networks.

The author reveals the topicality of the chosen topic, reveals the significance of the stated question, linking the educational type of discourse with presentation and Internet discourse in the context of self-presentation activities, defines the multidimensional nature of the goals set and explains the application of updated research methods.

**Aim.** The purpose of the study is to study the self-presentation of foreign language teachers from a professional perspective and taking into account the capabilities of the Worldwide global Network services, namely modern social networks. **Research objectives:**

- 1) to define the phenomenon in question;
- 2) to identify the relationship between professional self-presentation of a linguist teacher and the degree of professional activity of the teacher;
- 3) to establish the quantitative manifestation of the claimed social networks and provide specific examples of use;
- 4) to classify teachers of a foreign language depending on the way they strive to broadcast their scientific knowledge to the masses;
- 5) to develop a typology of professional self-presentation strategies for linguistic teachers.

**Methodology.** The selection of methods and specific research methods for obtaining the necessary information is carried out in accordance with the purpose and objectives of the work. The main diagnostic method of this study is a large-scale questionnaire. For statistical processing and analysis of empirical material, the methods of semantic and pragmatic interpretation, the analytical method, and the method of quantitative analysis are used in the work.

**Results.** The result of the study is the definition of “professional self-presentation” given by the author of the study, the classification of foreign language teachers at the university based on the desire to broadcast their scientific knowledge, as well as the typology of strategies for professional self-presentation of linguistic teachers.

**Science novelty.** The scientific novelty of the proposed research consists in an attempt to consider professional self-presentation within the framework of mastering the academic discipline “Foreign language” at a university and taking into account the use of social networks.

**Practical significance.** The practical significance of the research lies in the possibility of applying the results obtained in the development of general and special courses on language theory, theory of speech influence, pragmatics of speech communication, methods of teaching foreign languages, psychology, and related humanities.

**Keywords:** professional self-presentation, virtual social networks, presentation discourse, educational discourse, digital image, typology of strategies.

**Введение.** Актуальность темы исследования обусловлена, прежде всего, неослабевающим интересом большинства современных гуманитарных наук к теме самопрезентации личности в условиях современной образовательной среды. Немаловажная роль отводится в этой связи повсеместной цифровизации общества. В последнее время Интернет все увереннее входит в нашу повседневную жизнь, охватывая разные ее уровни. Процесс глобальной цифровизации, информатизации затрагивает все слои населения, внося изменения на содержательном и структурном уровнях и требуя необходимых сознательных изменений в связи с переустройством человеческого сознания в сторону возникающих возможностей онлайн-пространства и цифровых ресурсов. «Онлайн-формат, внедренный в педагогическую среду, ставит перед нами новые задачи и заставляет решать появляющиеся в связи с ним проблемы» [3, с. 7]. Становится не исключением в этом плане и образовательная сфера, а именно, сфера высшего образования, где все чаще прибегают к информационно-коммуникативным технологиям (ИКТ) и виртуальным социальным сетям.

Появившись относительно недавно в качестве средства досуга и развлечения, виртуальные социальные сети, которых в настоящее время достаточно много, плавно переместились в сферу высшего образования, став мощным средством отражения профессиональных интересов и притязаний педагогов, публикации и продвижения своих научных изысканий и индивидуальной профессиональной самопрезентации.

Отметим, что для большинства научно-педагогических работников самопрезентация в виртуальных социальных сетях ценна как непосредственный и неотъемлемый фактор трансляции научного знания в массы, средство научной коммуникации, который благоприятно оказывается на дальнейшем карьерном росте, повышает престиж университетского преподавателя-ученого, усиливает реноме учебного заведения, в котором работает. Кроме того, успех подобного рода деятельности посредством социальных сетей выдает в научно-педагогическом работнике профессионала высокого класса, владеющего технологиями использования онлайн-средств и умело сочетающего традиционные методы и технологии обучения и инновационные, к которым, безусловно, можно отнести виртуальные социальные сети. Нельзя не согласиться в данном случае с мнением Л.М. Семеновой о том, что эффективная педагогическая коммуникация с обучающимися, в частности, в онлайн-формате, через образовательные платформы и сервисы, социальные сети, мессенджеры способствует *it-friendly* атмосфере и обеспечивает bla-

гоприятный положительный эмоциональный фон в процессе обучения, атмосферу сотрудничества и командной работы [13, с. 49]. Преподавателям иностранного языка использование социальных сетей актуально в связи с ресурсными возможностями языка как средства обучения и языковым контентом.

Несмотря на наличие работ, посвященных исследованию коммуникативных образований в сфере институционального интерактивного взаимодействия, самопрезентации в различных областях научного знания, изучению профессиональной самопрезентации преподавателей не уделялось должного внимания. С этих позиций возрастает потребность тщательного изучения самопрезентации преподавателей лингвистического профиля с фокусом внимания на их профессиональной направленности и с учетом учебного типа дискурса.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она вносит определенный вклад в теорию изучения учебного дискурса, лингвистику, межкультурную коммуникацию, pragmatику, лингводидактику.

Практическая ценность работы определяется возможностью применения полученных результатов в разработке общих и специальных курсов по теории языка, pragmatике речевого общения, методике преподавания иностранных языков, ряду смежных дисциплин.

Научная новизна исследования заключается в предпринятой попытке рассмотреть самопрезентацию преподавателей иностранного языка с акцентом на их профессиональную составляющую применительно к учебному типу дискурса в рамках учебной дисциплины «Иностранный язык» в вузе и с учетом использования современных социальных сетей.

Таким образом, целью работы является исследование профессиональной самопрезентации педагогов, осуществляющих языковое обучение в вузе, в «цифровом срезе».

**Обзор литературы.** В связи с рассматриваемой темой исследования актуальными остаются работы зарубежных и отечественных исследователей в области изучения теории самопрезентации с деятельностной позиции (И. Гофман, В. Schlenker); процессуальной (R.M. Arkin, M.R. Leary, Е.В. Михайлова); поведенческой (R.F. Baumeister, Д. Майерс, Е.А. Соколова-Бауш) и других категориальных понятий в фокусе внимания исследователей социальной психологии, педагогики, смежных гуманитарных наук. В лингвистической литературе самопрезентацию обычно трактуют в качестве инструмента создания необходимого впечатления о себе, управления вниманием и в этой связи зачастую рассматривают в контексте ее стратегического наполнения и тактического выражения.

Применительно к заявленной теме исследования важными являются работы ученых, в которых отражено изучение учебной деятельности преподавателей иностранного языка в условиях нынешней цифровизации населения и информационного бытия: Л.М. Семеновой, Л.И. Ворожейкиной, О.А. Пикулевой, И.В. Одарюк, О.В. Стрельцовой, Г.З. Ефимовой, Е.В. Воеводы и др.

**Методы и материалы.** В статье анализируются, таким образом, речевые практики профессиональной самопрезентации преподавателей иностранного языка, в которых респонденты анализируют свою цифровую обучающую деятельность. Эмпирической базой анализа являются данные масштабного опроса, проведенного путем анкетирования (в количестве 100 анкет) в различных высших учебных заведениях нашей страны на кафедрах, занимающихся языковой подготовкой. Респондентами нашего опроса выступили преподаватели иностранного (английского, немецкого, французского) языка, работающие на языковых кафедрах Тверского государственного университета, кафедре иностранного языка МЭСИ (Тверской филиал), языковых кафедрах некоторых столичных вузов, Санкт-Петербургского государственного университета, кафедре иностранного языка Тверского суворовского военного училища, а также ряда школ города Твери.

Напомним, что под самопрезентацией мы понимаем процесс благоприятного создания впечатления о себе, управление вниманием собеседника, произведение впечатления. В нашей статье мы затронем так называемую «цифровую самопрезентацию». В этой связи мы солидарны с исследователем И.В. Одарюк, которая под последней понимает «осуществляемый в виртуальном межличностном взаимодействии процесс предъявления Я-информации субъектом самопрезентации на основании его личностных свойств и учета условий социальной ситуации с целью оказания необходимого впечатления на окружающих» [9, с. 58]. Аналогичной точки зрения в вопросе самопрезентации в сети с акцентом на субъект-объектных отношениях и зависимости от условий социального контекста придерживаются в своих работах Л.И. Ворожейкина, О.А. Пикулева и А.А. Чекалина [2; 11; 15]. Цифровая самопрезентация здесь эквивалента профессиональной самопрезентации, под которой понимается самопрезентационная способность обучающего максимально активно проявлять себя в непосредственной и опосредованной коммуникациях в обсуждении профессиональных вопросов.

**Результаты, дискуссия.** По результатам исследования репрезентирована актуальная картина представленности преподавателей в виртуальных соци-

альных сетях и проанализировано их отношение к цифровой стороне профессиональной деятельности.

Согласно полученным данным, подавляющее число респондентов — 68% — осведомлены об имеющейся о них информации на просторах Интернета и относятся к этому с пониманием. 19,4% преподавателей сомневаются в наличии информации о них в цифровых источниках и ответили «Не знаю» на вопрос «Представлена ли в Интернете информация о Вас?» Небольшая часть опрошенных (12,6%) уверена в том, что во Всемирной глобальной сети отсутствует информация о них, будь то профессиональная или личного характера.

Углубляясь далее в результаты исследования, отметим, что нами были выявлены наиболее популярные и, соответственно, наименее популярные сети. Уточним, что анкетирование проводилось до известных событий в стране, когда на слуху и в активном пользовании были зарубежные виртуальные социальные сети. Обо всем подробнее. Так, пальму первенства в вопросе о наличии у преподавателей иностранного языка аккаунта в социальных сетях держит ныне запрещенный в Российской Федерации иностранный ресурс *Facebook*, которому 25% пользователей отдали свои голоса. В то время, когда проводился опрос, данный ресурс был в списке наиболее посещаемых и востребованных у населения, в том числе и педагогического состава. Респонденты не только имели там личный аккаунт, но и успешно вели диалог на некоторые профессиональные темы.

Чуть меньше голосов (19%) опрошенные отдали популярной отечественной социальной сети «Одноклассники», которая характеризуется широким потенциалом применения и разной возрастной аудиторией. Молодежная социальная сеть «ВКонтакте» и ресурс *mail.ru* получили 18% и 15% голосов от общего количества респондентов. Меньший процент (10%) набрала зарубежная виртуальная сеть с акцентом на профессиональную направленность *LinkedIn*, которая также в настоящее время является запрещенной на территории нашей страны. 13% опрошенных преподавателей-лингвистов признались, что не имеют аккаунта в социальных сетях. Проводя сравнение с нынешней ситуацией и опираясь на данные исследования, полученные С.С. Марочкиной и Ю.В. Суворовой в контексте эффективного ведения сообщества вуза в социальных сетях, можно утверждать, что в последнее время (начиная с 2022 г. и далее) лучшие показатели в этом вопросе имеет социальная сеть «ВКонтакте» [7, с. 56].

Обобщая, можно сказать, что подавляющее число преподавателей иностранного языка в вузе более или менее используют в своей работе дискурс социальных сетей, который, по мнению Г.А. Никитиной

и В.В. Рыжовой, «занимает промежуточное место между письменной и устной, вербальной и невербальной коммуникацией» [8, с. 68] и реализует потребность межличностного, дружеского общения [14, с. 146] с опорой на профессиональную составляющую. На основании полученных данных, мы делаем вывод о том, что большинство опрошенных лингвистов-преподавателей имеют так называемый презентационный аккаунт в указанных социальных сетях, в котором находит воплощение презентационное свойство учебного дискурса. В определении «презентационного дискурса» мы согласны с исследователем А.В. Оляничем, который относит данный тип дискурса к «надстроенным», «в рамках которого говорящий транслирует важную для него информацию, им классифицированную и когнитивно освоенную, в коммуникативную разноуровневую среду – как персональную (личностную), так и институционализированную (коллективную, организационную)» [10, с. 148]. Изложенной ранее позиции придерживается С.В. Волошина. Исследователь говорит в своей работе о том, что размещение информации о себе в Интернете на личной странице или сайте организации является относительно новой практикой в контексте современной общественной жизни и относит это к «автобиографическому дискурсу», который удобен для «самовыражения, самоидентификации и самопрезентации человека» [1, с. 262].

В совокупности с презентационной функцией вслед за В.В. Казябой и применительно к обучающему дискурсу можно, на наш взгляд, выделить четыре способа верbalной самопрезентации в виртуальных социальных сетях: 1) Самономинация; 2) Самоописание; 3) Кэшн (подпись к публикуемому материалу); 4) Комментарии [6, с. 90]. Мы не располагаем информацией, соответствуют ли аккаунты наших респондентов данному описанию, так как в проведенном опросе они давали лаконичные ответы, но склонны полагать, что небольшая часть коррелирует с вышеуказанными характеристиками. В количественном соотношении скажем, что русскоязычные социальные сети у вузовских преподавателей иностранного языка являются чуть более популярными нежели зарубежные *Facebook* и *LinkedIn*.

Говоря об использовании цифровых возможностей в образовательном процессе, речь встает о цифровых компетенциях преподавателя, что, вне всякого сомнения, затрагивает «цифровой имидж педагога». Анализируя дискурсивные практики респондентов и подвергая анализу оставленный ими цифровой след и профессиональную активность в виде участия в специализированных форумах, конференциях, круглых столах, обсуждении актуальных вопросов касательно учебного дискурса, можно сделать вывод о

своебразной педагогической пассивности в стремлении узнать новую информацию или поделиться своими мыслями и наблюдениями в узком профессиональном кругу. Об этом свидетельствуют следующие процентные отношения: 86% преподавателей иностранного не являются активными участниками интернет-сообществ и не участвуют в обсуждении профессиональных вопросов во Всемирной глобальной сети. Из оставшихся 14% респондентов два человека указали на использование в своей работе ресурсов *British Council* и *Macmillan*, и пять человек отметили такие образовательные платформы, как *pedsovet.org*, *Tea4er.ru*, *1-sept.ru*, *Hispanista.ru.cervantes.es*, сеть *Twitter*.

Полученные данные не соответствуют успешному «цифровому имиджу педагога» и отражают отсутствие у большинства преподавательского состава потребности в «закреплении собственных позиций на рынке образовательных услуг, вследствие чего наблюдается отсутствие готовности и стремлений к целенаправленному формированию цифрового имиджа посредством онлайн-площадок» [4, с. 304]. Далее, продолжая свою мысль, авторы подчеркивают, что «цифровой имидж педагога» не ограничен рамками учебной аудитории. «В связи с этим во внимание принимается не только его компетентность и грамотность в проведении занятий с использованием онлайн-платформ, но и степень профessionализма и органичности относительно владения возможностями технологической среды, подключения интерактивных форм активности во время онлайн-занятий, способности заинтересовать и замотивировать студентов в онлайн-коммуникациях» [4, с. 303]. По всей видимости, преподаватели иностранного языка, задействованные в нашем опросе, проявляют большую активность в части написания научных статей, книг, учебных пособий и монографий.

Ни у одного из наших респондентов не оказалось, к сожалению, личного сайта, что говорит скорее всего об отсутствии потенциальных возможностей и способностей для его создания и воплощения в жизнь, а также указывает на нежелание продвигать свое имя, свои наработки и труды на просторах Интернета.

На основании полученных данных, можно сделать вывод об отсутствии четкой связи между владением цифровыми компетенциями и наличием аккаунта в виртуальной социальной сети и продуктивностью учебного процесса. Как показали результаты нашего опроса, отсутствие персонального аккаунта в той или иной социальной сети, равно как и статус «неуваженного интернет-пользователя» со всеми вытекающими отсюда последствиями и недостатками, неказываются на продуктивности учебного процесса и ни в коей мере не снижают качество языкового

обучения. На это указывают процентные отношения об успешном освоении дисциплины «Иностранный язык». Так, самые высокие цифры указывают на среднюю степень овладения языком – 60% (21% респондентов отметили в своих анкетах) и 80% (15% преподавателей). Стопроцентное освоение дисциплины отметили лишь 10% опрошенных. Довольно высокие проценты получила маленькая группа опрошенных преподавателей: 90% (отмечен у 13% пользователей). 99,9%, 97%, 95%, 88%, 85% отметили в своих анкетах лишь 2% респондентов. Немного меньше в количественном выражении получили преподаватели, указавшие на средний и невысокий процент освоения свое дисциплины: 70% (отметили 8% респондентов), 75% (отмечен у 6% респондентов), 50% (отмечен также у 6% пользователей) и 15% (выявлен у 2% опрошенных). Сразу скажем, что 9% принявших участие в анкетировании затруднились ответить и не указали процентные отношения. 74% респондентов также отметили, что у них есть слабые студенты, так называемые «с нуля», 26% ответили здесь отрицательно. Иными словами, презентация преподавателя-лингвиста в социальных сетях не является залогом успеха, не всегда гарантирует успешное освоение учебной дисциплины его студентами и не всегда содействует эффективной самопрезентации педагога.

Так же, как и в предыдущем случае, мы не прослеживаем четкой взаимосвязи между возрастными рамками преподавательского состава, представленностью во Всемирной глобальной сети, наличием аккаунтов в различных иностранных и отечественных социальных сетях и продуктивностью учебного процесса с хорошими результатами обучения. В нашем исследовании приняли участие преимущественно преподаватели иностранного языка средней и старшей возрастной группы: «60+» – 20%, «30+» – 31%; в относительно «молодых» группах преподавателей процентные отношения распределились следующим образом: «50+» – 23%, «40+» – 18%, и «20+» – 8%.

По результатам нашего исследования на основе классификации Г.З. Ефимовой преподавателей высшей школы в зависимости от наличия у них информации и стремления транслировать свой контент в виртуальных социальных сетях [5, с. 57–58] мы выделяем следующие типы преподавателей вуза:

- эксперты;
- консерваторы;
- пассивные;
- отсутствующие.

В нашем случае представлены большей частью консерваторы с небольшой долей экспертов и пассивных участников образовательного обучающего дискурса. Экспертные качества свидетельствуют о большом опыте педагога и его педагогическом мастерстве.

Нами также с учетом позиции Г.З. Ефимовой разработана типология стратегий профессиональной самопрезентации преподавателей иностранного языка в высшем учебном заведении:

- добровольная;
- вынужденная;
- отказ от самопрезентации.

Как нам видится, у наших респондентов преобладает преимущественно самопрезентационная стратегия добровольного характера. Указания на вынужденность заведения аккаунта для образовательных целей в наших анкетах выявлено не было.

**Заключение.** На основании всего вышеизложенного заключим, что в данной статье нами была проделана попытка репрезентировать актуальную картину представленности преподавателей иностранного языка в виртуальных социальных сетях, рассмотреть это в контексте самопрезентационных моментов, проследить взаимосвязь интернет-дискурса и учебного типа дискурса, проанализировать отношение педагогов к цифровой стороне профессиональной деятельности. Мы уверены, что вопрос профессиональной презентации и самопрезентации в контексте дисциплины «Иностранный язык» обладает огромным потенциалом и еще до конца не раскрыт. Это может быть целью наших будущих изысканий.

Очевидно, что использование массово-информационной виртуальной иноязычной среды Интернет в процессе обучения иностранному языку как в режиме самообразования, так и в коммуникативной ситуации аудиторной работы оказывается мощным средством формирования иноязычной виртуальной коммуникативной компетенции студентов неязыкового вуза [12, с. 234].

## Литература

1. Волошина С.В. Коммуникативная стратегия самопрезентации в автобиографическом дискурсе [Текст] / С.В. Волошина // Вестник ИрПУ. — 2014. — № 9. — С. 261–265.
2. Ворожейкина Л.И. Влияние тактик самопрезентации на успешность адаптации [Текст] / Л.И. Ворожейкина // Вестник ВолГУ. 2007. Сер. 9. — Вып. 6. — С. 212–214.
3. Гончарова Л.М. Профессиональная коммуникация в курсе вопросов современной коммуникативистики: вызо-
- вы и задачи в условиях цифровизации и пандемии [Электронный ресурс] / Л.М. Гончарова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2021. — Т. 10. — № 3. — С. 5–10. — URL: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2021-10-3>
4. Горбунова Н.В. Особенности цифрового имиджа педагога высшей школы [Текст] / Н.В. Горбунова, Е.В. Вовк // Мир науки, культуры, образования. — 2023. — № 2. — С. 303–305.

5. Ефимова Г.З. Профессиональная самопрезентация научно-педагогических работников в виртуальных социальных сетях [Текст] / Г.З. Ефимова // Социологическая наука и социальная практика. — 2023. — № 2. — С. 56–79.
6. Казяба В.В. Вербальная самопрезентация немецкоязычных инфлюенсеров в Instagram [Текст] / В.В. Казяба // Научный диалог. — 2019. — № 9. — С. 88–102.
7. Марочкина С.С. Эффективное ведение сообщества вуза в социальных сетях [Электронный ресурс] / С.С. Марочкина, Ю.В. Суворова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2023. — Т. 12. — № 4. — С. 55–60. — URL: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2023-12-4-55-60>
8. Никитина Г.А. Особенности презентационного дискурса учителей английского языка в русскоязычных социальных сетях (на материале социальной сети ВКонтакте) [Текст] / Г.А. Никитина, В.В. Рыжова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2022. — № 6. — Ч. 3. — С. 68–75.
9. Одарюк И.В. Формирование цифровой социализации молодежи на основе актуализации стратегий самопрезентации [Текст] / И.В. Одарюк // Образовательные ресурсы и технологии. — 2024. — № 4. — С. 56–65.
10. Олянич А.В. Презентационный дискурс [Текст] / А.В. Олянич // Дискурс — Пи: научный журнал. — 2015. — № 3–4 (20–21). — С. 148–150.
11. Пикулева О.А. Самопрезентация женщин старшего возраста: российские особенности [Текст] / О.А. Пикулева // Женщина в российском обществе. — 2014. — № 1. — С. 69–77.
12. Полова Т.П. Виртуальная языковая личность и обучение иностранным языкам в высшей школе [Текст] / Т.П. Полова, Т.А. Ненашева // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2016. — Т. 8. — № 5/1. — С. 230–237.
13. Семенова Л.М. Коммуникация преподавателя вуза: новые реалии и грани трансформации [Электронный ресурс] / Л.М. Семенова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2022. — Т. 11. — № 4. — С. 47–54. — URL: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2022-11-4-47-54>
14. Стрельцова О.В. Черты презентационного дискурса в Instagram [Текст] / О.В. Стрельцова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. — 2020. — Т. 13. — Вып. 8. — С. 145–149.
15. Чекалина А.А. Об особенностях самопрезентации женщин-учителей [Текст] / А.А. Чекалина // Теория и практика общественного развития. — 2012. — № 3. — С. 85–88.
2. Vorozhejkina L.I. Vliyanie taktil samoprezentatsii na uspeshnost' adaptacii / L.I. Vorozhejkina // Vestnik VolGU. 2007ю Ser. 9. Vy'p. 6. S. 212–214.
3. Goncharova L.M. Professional'naya kommunikatsiya v rakurse voprosov sovremennoj kommunikativistiki: vy`zovy i zadachi v usloviyakh tsifrovizatsii i pandemii [E`lektronnyj resurs] / L.M. Goncharova // Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika. 2021. T. 10. № 3. S. 5–10. URL: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2021-10-3>
4. Gorbunova N.Vio, Vovk E.V. Osobennosti tsifrovogo imidzha pedagoga vy`sshei shkoly / N.V. Gorbunova, E.V. Vovk // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya. 2023. № 2. S. 303–305.
5. Efimova G.Z. Professional'naya samoprezentatsiya nauchno-pedagogicheskikh rabotnikov v virtual'nykh sotsial'nykh setyakh // Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika. 2023. № 2. S. 56–79.
6. Kazaba V.V. Verbal'naya samoprezentatsiya nemetskoyazychnykh inflyuenserov v Instagram // Nauchnyj dialog. 2019. № 9. S. 88–102.
7. Marochkina S.S., Suvorova Yu.V. Effektivnoe vedenie soobshhestva vuza v social'nykh setyakh [E`lektronnyj resurs] / S.S. Marochkina, Yu.V. Suvorova // Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika. 2023. T. 12. № 4. S. 55–60. URL: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2023-12-4-55-60>
8. Nikitina G.A., Ry'zhova V.V. Osobennosti prezantacionnogo diskursa uchitelej anglijskogo yazyka v russkojazychnykh sotsial'nykh setyakh (na materiale sotsial'noj seti VKontakte) / G.A. Nikitina, V.V. Ry'zhova // Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal. 2022. № 6. Chast' 3. S. 68–75.
9. Odaryuk I.V. Formirovaniye tsifrovoj sotsializatsii molodezhi na osnove aktualizatsii strategij samoprezentatsii // Obrazovatel'nye resursy i tekhnologii. 2024. № 4. S. 56–65.
10. Olyanich A.V. Prezentatsionnyj diskurs [Tekst] / A.V. Olyanich // Diskurs — Pi: nauchnyj zhurnal. 2015. № 3–4. S. 148–150.
11. Pikuleva O.A. Samoprezentatsiya zhenshhin starshego vozrasta: rossijskie osobennosti // Zhenshhina v rossijskom obshchestve. 2014. № 1. S. 69–77.
12. Popova T.P., Nenasheva T.A. Virtual'naya yazykovaya lichnost' i obuchenie inostrannym yazykam v vy'sshej shkole / T.P. Popova, T.A. Nenasheva // Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya my'sl'. 2016. T. 8. № 5/1. S. 230–237.
13. Semenova L.M. Kommunikatsiya prepodavatelya vuza: novye realii i grani transformatsii [E`lektronnyj resurs] // Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika. 2022. T. 11. № 4. S. 47–54. URL: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2022-11-4-47-54>
14. Strel'tsova O.V. Cherty' prezantacionnogo diskursa v Instagram // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. Tambov: Gramota. 2020. Tom 13. Vy'p. 8. S. 145 — 149.
15. Chekalina A.A. Ob osobennostyakh samoprezentatsii zhenshhin-uchitelej // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2012. № 3. S. 85–88.

## References

1. Voloshina S.V. Kommunikativnaya strategiya samoprezentatsii v avtobiograficheskem diskurse // Vestnik IrPU. 2014. № 9. S. 261–269.