Ольга Владимировна Муронец

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

muronets@yandex.ru

**Коммуникационные технологии при формировании имиджа профессии учителя в цифровой среде**

В докладе представлены результаты анализа видеоматериалов, в которых образ учителя представлен в негативном ключе. Авторы видео (блогеры, юмористы) обыгрывают тему школьных учителей в отрицательной коннотации, просмотры видео составляют от 2 до 6 млн. Основные темы: неадекватное поведение учителей, унижение учеников, коррупция, конфликты с учениками.

Ключевые слова: образ педагога, медиапространство, видеопортрет учителя.

Стратегические коммуникации в медиапространстве применяются сегодня повсеместно: для продвижения проектов госструктур и корпораций, создания имиджа политиков и личного бренда блогеров. Цифровая калька реальной жизни необходима для субъектов коммуникационного процесса – как организаций, так и персоналий [1].

Однако цифровое отображение может сформировать и негативный собирательный образ любого субъекта. Так, если анализировать коммуникационную деятельность школ и вузов, то можно увидеть современную и весьма качественную картину [2]. Тем не менее применительно к профессии педагога в поле внимания при изучении цифровой картины попадают сайты и соцсети школ и педагогических вузов, открытые чаты классов и личные страницы учителей. При анализе собирательного образа учителя в медиапространстве изучаются также и художественные формы и жанры, имеющие большую популярность сегодня – кинофильмы, сериалы, видеосюжеты. В рамках исследования Лаборатории по продвижению и PR-сопровождению вузов педагогической направленности ЦРПО РАО и факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, проведенного в 2023 г., было выявлено наличие большого количества видеоматериалов, в которых образ учителя представлен в негативном ключе. Современные авторы видео нередко обыгрывают тему школьных учителей в отрицательной коннотации, дискредитируя профессию педагога.

По итогам первого этапа исследования выявлено: общее количество видеоматериалов за период 2018–2023 гг. составило 65 единиц, среднее количество просмотров от 2 до 6 млн, а у наиболее популярных видеороликов в TikTok достигает 15-20 млн. Наиболее распространенные платформы и каналы – это видеоролики в соцсетях, фрагменты юмористических передач (КВН, шоу «Уральских пельменей», Comedy Club, Comedy Woman, ВК Клипы, видео на YouTube). Основные темы обсуждения в видео: неадекватное поведение учителей, унижение учеников, коррупция в школах, конфликты с учениками; используются негативные клише и стереотипы об учителях различных предметов. Отражен и конфликт поколений, демонстрирующий разные культурные коды учителей и учеников, усугубляющий недопонимание. Наличие комментариев: под видео, где есть возможность оставлять комментарии, встречаются негативные комментарии, подтверждающие, что пользователю близка заявленная проблема (12% от общего числа для роликов YouTube), положительные комментарии в поддержку учителя составляют 9%, комментарии нейтральные либо не по теме – 79%.

В качестве итога отметим: несмотря на то, что юмор дает возможность гротескного, комического отражения реальности, яркие отрицательные видеопортреты влияют на формирование собирательного образа педагога в медиасреде, укрепляют негативные стереотипы и снижают престиж профессии, особенно в глазах молодой аудитории. Очевидно, что необходимы системные, совокупные усилия PR-специалистов в коммуникационной деятельности для того, чтобы образ учителя как общественно значимой профессии выглядел достойно и привлекательно.

Литература

1. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М., 2019.

2. Гуреева А. Н., Муронец О. В., Самородова Э. С., Кузнецова В. Корпоративные коммуникации российской высшей школы в социальных
сетях: оценка эффективности // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7 № 3 С. 482–503.