

**Ефремова Ирина Владимировна**

преподаватель

**Беляева Наталья Владимировна**

преподаватель, мастер производственного обучения

**Герасимова Ксения Сергеевна**

преподаватель

Санкт-Петербургское ГБ ПОУ «Охтинский колледж»

г. Санкт-Петербург

DOI 10.31483/r-111001

## **ЦИФРОВОЙ ПРОФИЛЬ СПЕЦИАЛИСТА: СПОСОБЫ РАЗВИТИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ИМИДЖА И ЭКСПЕРТНОСТИ**

*Аннотация:* современные реалии интенсивного развития ИТ, виртуальных коммуникаций, подтверждают гипотезу о том, что цифровой профиль выпускника среднего профессионального образования может служить его визитной карточкой в среде специалистов и драйвером для развития в профессиональном плане.

*Ключевые слова:* цифровой профиль, имидж, виртуальная среда.

В соответствии с современными федеральными государственными образовательными стандартами фокусом образовательного процесса является применение инновационных технологий, которые становятся той средой, в которой формируются профессиональные навыки обучающихся. Вместе с тем многие процессы обмена опытом, трансляция результатов производственной деятельности, информирование о конкурсах мастерства, выбор исполнителей проектов, частично перенесены в виртуальное пространство.

Динамичная среда интернет коммуникаций может и должна интегрироваться с системой среднего профессионального образования. Потребление, так называемого «легкого контента» (фото, видео, shots и прочего) в виртуальном пространстве, не требующего сложных мыслительных операций, может смениться целенаправленным обращением к потребителям продукции или услуг,

производимых выпускниками среднего профессионального образования с позиционированием самого себя как специалиста.

Серфинг в виртуальном пространстве позволяет развивать важные для современного специалиста качества и навыки, как: информационная компетентность, грамотность в области медиа, совершенствовать профессиональные коммуникации, расширяя доступные территориальные границы, развивать готовность к командной работе и профессиональную мобильность, транслировать гражданское сознание и приверженность правовой этике в информационном обществе.

Таким образом, современное педагогическое сообщество приходит к необходимой интеграции образовательной деятельности с информационными потоками виртуального пространства и становятся актуальными ряд вопросов.

1. Кем, когда и как организовать направление информационных потребностей учащихся на потребление и создание нового конструктивного профессионально ориентированного познавательного контента виртуального пространства?

2. Какими методами формировать привычку совершенствовать собственные навыки компьютерной грамотности в условиях интенсивного развития программного обеспечения и ИТ?

3. Как сформировать устойчивый интерес и навыки сознательного позиционирования себя в виртуальном пространстве пользователей и специалистов своей профессиональной деятельности.

Авторы статьи убеждены в том, что цифровой профиль специалиста может и должен быть каналом трансляции накопленного студентом опыта деятельности и параллельной с реальной средой для дальнейшего саморазвития, совершенствования в кругу единомышленников. Применение информационных (в широком смысле слова это средств и способов работы с данными, в узком смысле – специальных компьютерных программ) и инновационных технологий (искусственного интеллекта и прочих актуальных направлений) может быть

направлено на развитие этого профиля, поиск новых путей позиционирования молодого специалиста в виртуальном профессиональном сообществе.

Профессиональный брендированный профиль специалиста может быть получен только в результате целенаправленной, систематической работы с аккаунтом, отражающей интересы, кругозор, накопленный профессиональный опыт. Разработка такого информационного продукта должна быть сопряжена с получением образования, закреплением успешной профильной подготовки начинающего специалиста путем внешней оценки пользователями и экспертами.

В поисках эффективных технологий работы учащихся с цифровым профилем, мы задавали вопросы: «какой предмет Вам интересен и почему», «как складывается успешный имидж специалиста»? Полученные ответы сводились к таким факторам.

1. Способствовала ситуация успеха: ранее был случай, когда меня похвалили, успешно прошла защита проекта, выступление и пр., что вызвало интерес к этой области знаний и желание развиваться в этом направлении;

2. Наставничество: преподаватель (или иная значимая личность) занимается этой областью знаний, демонстрируя широкие возможности в этой сфере, перспективы развития и совершенствования навыков.

Стремительное развитие IT-индустрии, программного и технического обеспечения профессий приводит общество к появлению магазинов «шаговой доступности», интенсивному развитию электронной коммерции, при выборе специалистов к поиску сайтов, электронных визиток, чтению отзывов, изучению цифровых профилей компаний в специализированных базах данных. Виртуальная визитка специалиста становится важным фактором доверия и показателем профессионализма. В таком случае возникает вопрос: при каких условиях она может быть имиджевой? На наш взгляд, здесь важны многие параметры:

– информационные: какая именно информация о производимом продукте, услуге представлена на канале; соответствует ли она стандартам профессии; имеет ли она экспертную оценку; входит ли исследуемый аккаунт в профессиональные сообщества;

– технические: как именно представлены данные, в какой форме, формате; какова частота публикаций; имеются ли на канале динамические элементы для получения ответной реакции пользователей;

– профессиональные: уровень владения основами и новшествами в конкретной деятельности, прикладное значение и креативность профессиональных решений.

Начиная со школьного возраста, учащиеся создают и заполняют личные страницы в социальных сетях, на сайтах, делятся впечатлениями и лайками. Переходя в профессиональное образование, сфера интересов меняется и здесь возникает ряд вопросов.

1. Какие характеристики отличают аккаунт современного успешного студента?

2. Какое наполнение соответствует имиджу лучшего выпускника СПО?

3. Как сделать профиль «двигателем» своей профессиональной деятельности, источником вдохновения и поиска профессиональных контактов?

4. Может ли быть полезен виртуальный имидж специалиста для целевой аудитории его профессиональной деятельности?

5. Может ли цифровой имидж выпускника быть интересен, полезен потенциальному работодателю при построении деловых отношений?

6. Как сделать виртуальный имидж показателем экспертности студента?

В поисках ответов на поставленные вопросы, кооперируя идеи преподавателей, опыт мастеров и умения программистов, творческий коллектив колледжа пришел к разработке проекта по формированию цифрового имиджа выпускника СПО. Проект рассчитан на учебный год, результатом проекта является как образовательный контент, так и информационный продукт – база данных выпускников как коммуникационная система лучших молодых специалистов профессии с работодателями. Далее представлено краткое понимание каждого вопроса с позиции авторов проекта.

1. Аккаунт современного студента должен быть актуальным, профессионально направленным, отражая интересы и гражданскую позицию, быть полезным для обучения и саморазвития.

2. Транслируя публикации о своих учебных и профессиональных достижениях, проектах, продуктах деятельности, интересах, взаимодействии со специалистами, студент позиционирует себя в будущем профессиональном сообществе.

3. Цифровой профиль может быть «двигателем» саморазвития в профессии, привлекая специалистов, способствуя созданию профессиональной коммуникационной среды.

4. Виртуальный имидж специалиста может быть полезен для целевой аудитории, так как это позволит заказчику оценить профессиональные навыки, опыт и стиль работы специалиста.

5. Цифровой имидж выпускника может быть интересен потенциальному работодателю, так как это даст возможность оценить его профессиональные навыки, образование, опыт работы и достижения.

6. Чтобы сделать виртуальный имидж показателем экспертности студента, важно регулярно публиковать содержательный контент, участвовать в профессиональных дискуссиях, демонстрировать свои знания и опыт в соответствующей области, а также получать рекомендации и отзывы от коллег и профессионалов в своей сфере.

Современная система образования понимает неотъемлемость конструктивного применения IT-технологий, программ и каналов виртуального пространства в образовательных задачах. Вместе с тем, многие преподаватели и мастера среднего профессионального образования видят эти возможности намного шире. Приведем примеры, которые привели нас к созданию образовательного проекта по развитию цифрового профиля.

По заданию Натальи Владимировны Беляевой (мастера специальности «технология парикмахерского искусства»), выполняя работу в мастерских колледжа, студенты могут сдавать отчет по ней в виде фото, видео, отправляя их в

мессенджерах или социальных сетях. У Маргариты (студентки первого курса в 2021 г.), которая выбрала специальность под вдохновением «создавать настроение клиенту своими профессиональными навыками конструирования причесок», выполнение заданий получалось не с первого раза. Добиваясь результата, она сдавала фотографии мастеру. В некоторых ситуациях успешно выполненного задания, Рита размещала фото своих работ на странице социальной сети. Шаг за шагом, постепенно, накапливая профессиональный опыт с первого курса, одобрительные комментарии учащихся и пользователей виртуального сообщества, формировалась привычка закреплять положительный результат в своем цифровом профиле. К фотографиям работ со временем добавился видео контент по уходу за кожей головы в домашних условиях, рекомендации специалистов и выдержки из речи мастера на учебных занятиях, что привлекло к странице учащейся более широкую целевую аудиторию будущего парикмахера. В настоящее время, обучаясь на третьем курса, Маргарита имеет постоянных моделей своей производственной практики и клиентов своей профессиональной деятельности.

Алена – студентка первого курса, которая уже успешно развивается в сфере индустрии красоты. Её аккаунт – это профессионально ориентированный цифровой профиль: связанные страницы в разных социальных сетях и мессенджерах с тщательно подобранным графическим оформлением, динамическим контентом, контактами, видеороликами с отзывами реальных клиентов и прочее.

«Технология индустрии красоты», как и многие специальности СПО, ориентированы на получение конкретного продукта и потенциальный потребитель перед принятием решения работать или нет с конкретным специалистом хотел бы оценить качество работы, проектируемый результат. В подобной оценке может потребоваться стороннее экспертное мнение, отзывы специалистов и комментарии бывших клиентов. Виртуальное пространство становится средой для формирования имиджа будущего специалиста.

Накапливая знания, опыт профессиональной деятельности, обретая компетентность, в короткий период обучения студент может расширять свой цифро-

вой профиль, позиционируя себя в виртуальной среде, с первых шагов становления в профессии. Аккаунт вчерашнего школьника становится профилем начинающего специалиста в соответствии со стандартами профессии и собственной уникальностью личности, которая проявляется в выборе методов передачи информации, в работе с цифровыми данными.

Оказавшись в ситуации успеха, обучающийся размещает свою работу в социальной сети на своей странице. Результатом размещения поста является реакция аудитории: просмотры, комментарии, лайки, репосты – это и есть моменты накопления позитивных эмоций и профессионального опыта. Возникают вопросы: в содержании какой именно дисциплины студентов следовало бы обучать грамотному формированию имиджевого цифрового профиля? По мнению авторов на первом курсе недостаточно профессиональных навыков, а на старших курсах все учебное время посвящено погружению в профессию. Медиана обучения специальности подходит для целенаправленного развития цифрового профиля.

Пути виртуальной самопрезентации специалиста можно разделить на четыре вида, для качественного использования каждого из которых возникают некоторые особенности.

1. Создание видео визитки. Преимущества студийной съемки очевидны – подача вербальной и невербальной информации могут быть выгодно предъявлены слушателю. Здесь должно быть продумано все до мелочей от цветового решения элементов интерьера до лаконичной и доступной речи презентуемого. Подобные услуги могут предоставлены отдельными компаниями, либо креативно сняты самим автором с демонстрацией своей мастерской.

2. Публикация информации в профессиональном сообществе. Коммуникации и включенность специалиста в сообщества профессионалов этого вида услуг, направления деятельности говорит о желании автора делиться профессиональными достижениями, изучать опыт других, показывает уровень эрудированности и позволяет получить экспертную оценку со стороны.

3. Наличие профессионального аккаунта в социальных сетях. Такой вид самопрезентации требует постоянной включенности автора в профессионально ориентированные события, разнообразие контента по существу и формам предъявления данных.

4. Развитие своей профессиональной виртуальной сети со связанными ссылками на различные каналы доступа к профессиональной информации, производимым продуктам или услугам специалиста.

Методы развития цифрового профиля специалиста разделены нами на два класса – это статичные (информирование, демонстрация продуктов деятельности и прочие данные) и динамичные (элементы аккаунта, требующие активного участия пользователей в какой-либо информационной деятельности, как опросы, голосования, комментарии и пр.).

Цифровой профиль специалиста в нашем понимании может и должен быть его визитной карточкой для работодателя при трудоустройстве, фактором доверия для целевой аудитории. Слагаемые успеха такого виртуального имиджа можно представить в аббревиатуре «доступ»:

«Д» – достоверность данных, публикация мнений пользователей, клиентов;

«О» – охват информации, представление разнообразия данных как по структуре, так и по форме представления (фото, видео, лонгрид, подкасты и пр.);

«С» – современность, как следование модным тенденциям с одновременной практичностью идей;

«Т» – творческий подход, креативность и оригинальность идей, применения знакомых действий в новых ситуациях;

«У» – увлекательность для целевой аудитории, удержание интереса к контенту;

«П» – постоянство в регулярном пополнении и развитии аккаунта.

Представленное в нашем исследовании описание процесса и технологии формирования имиджа специалиста относится и к профессии педагога. Становление специалиста любого профиля проходит в условиях целенаправленного



процесса взаимодействия педагога, мастера с обучаемым. Благодаря развитию дистанционного образования стало понятно, что приоритетным фактором совместной деятельности преподавателя и обучающегося является передача опыта деятельности, трепетного отношения к своей профессии. Задача мастера и педагога – увлечь за собой студента в мир задач профессиональной деятельности. Позитивный педагогический имидж может и должен являться той средой, в которой происходит комфортное взаимодействие субъектов образования.

Широта кругозора педагога, его активная творческая позиция, поиск путей формирования позитивного виртуального имиджа в условиях формирования образовательной среды, которая частично рассеивается в виртуальном пространстве, сегодня являются объективной необходимостью образовательной деятельности. Задача развития цифрового профиля педагога стала обязательной наряду с совершенствованием педагогического мастерства.

Присутствие в распоряжении у студентов широкого ассортимента разнообразных источников информации приводит педагога к необходимости быть интересной, яркой, неординарной личностью. Приобретенные знания могут устаревать, забываться, однако в памяти будет всегда образ того педагога или мастера, который помогал изучить, понять, овладеть технологиями.

Целенаправленное развитие цифрового профиля студента, педагога активизирует деятельность в таких направлениях:

- необходимость развивать информационно-коммуникационные компетенции в соответствии с развивающимся программным обеспечением и совершенствованием виртуальной среды;
- транслировать активную позицию в дискуссиях профессиональных сообществ;
- систематически публиковать актуальный для профессии, науки контент;
- владеть основами в области имиджелогии.

Развитие виртуального имиджа обучающегося напрямую зависит от примера педагогического имиджа. Важно, чтобы педагог был образцом авторитет-

ности, знаний и профессионализма, так как обучающиеся будут моделировать свое поведение и учебные методы по этому образцу.

Цифровой контент специалиста становится имиджевым двигателем профессионала в его специальности, помогает повысить его экспертность, если включает в себя следующие элементы.

1. Качественный и информативный контент: статьи, видео, инфографику, презентации и другие форматы контента, которые предоставляют полезную и ценную информацию аудитории.

2. Профиль, отражающий личные истории успеха, опыт, интересные факты, позволяющий аудитории пользователей ближе понять автора.

3. Вовлекающий контент – опросы, вопросы, задачи для самостоятельного решения.

К негативным факторам мы относим низкокачественный и поверхностный контент с недостаточным информационным содержанием, неактуальную информацию, однообразный формат, что может вызвать усталость у аудитории. Это только общие рекомендации, и эффективность контента может различаться в зависимости от конкретной аудитории и отрасли. Для определения того, что работает и что не работает для конкретного специалиста, важно проводить анализ реакции аудитории и отслеживать метрики вовлеченности.

Цифровой профиль специалиста – это неотъемлемая часть современного мира, где цифровые технологии прочно укоренились во всех сферах деятельности. Виртуальный имидж и экспертность играют важную роль при формировании и закреплении успеха, достижений профессиональных целей.

В процессе изучения цифровых профилей студентов, преподавателей, опыта коллег, проводя опросы учащихся, в Охтинском колледже сформировалась команда из числа педагогов, мастеров и студентов по развитию проекта «цифровой профиль», цели которого разноплановы.

1. Информационный блок с задачами поиска эффективных путей интеграции образовательных модулей по развитию цифрового профиля в программы обучения СПО разрабатывается И.В. Ефремовой и Н.В. Беляевой.

2. Прикладной блок реализации проекта подразумевает обучение студентов навыкам работы с соответствующим программным и техническим обеспечением с последующим тестированием навыков на собственном профессиональном аккаунте. В этом направлении успешно реализуется программа наставничества педагога и студента. И.В. Ефремова и учащаяся второго курса специальности web дизайн Л.Н. Бирюкова 26 марта 2024года во второй секции конференции представили мастер класс по применению некоторых статичных и динамичных инструментов развития цифрового профиля.

3. Технический блок заключается в разработке информационно-коммуникационной системы «Лучшие в профессии» для размещения цифровых профилей выпускников колледжа по профессиям СПО. Система будет иметь ограничение прав доступа и призвана быть не только информационной базой лучших специалистов, но и средой для коммуникации работодателей с выпускниками и студентами. Творческой группой в составе Д.С. Спиридонова, Н.В. Беляевой, И.В. Ефремовой разработан макет сайта, планируется запуск тестовой версии продукта в июне 2024 года.

Искусство управления имиджем посредством цифрового профиля заключается в обретении индивидуального стиля, созданного на основе личной уникальности с учетом специфики профессиональной деятельности. Разработка профиля, его позиционирование в виртуальном пространстве требует целенаправленной, систематической и многоплановой осознанной работы учащегося с контентом цифрового профиля с момента первого погружения в профессию. Слаженная работа педагогов, мастеров производственного обучения, принятие соответствующих административных решений по внедрению такой работы в образовательную деятельность СПО поможет студентам и выпускникам плавно входить в мир профессиональных коммуникаций.

### ***Список литературы***

1. Веснина Н.И. Классный час «Имидж делового человека» / Н.И. Веснина // Классный руководитель. – 2006. – №2.

2. Селиванова Л.И. Карьерная самопрезентация в интернет-сообществе посредством аккаунта в социальных сетях / Л.И. Селиванова // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – Т. 18. №6. – С. 219–223. – EDN QAPPEYZ

3. Михайлова Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг / Е.В. Михайлова. – СПб.: Речь, 2007. – 224 с. ISBN 5-9268-0547-3

4. Ефимова Г.З. Социальный престиж научно-педагогического работника в России и Европе: специфика субъективного восприятия профессии / Г.З. Ефимова, М.В. Грибовский, А.Н. Сорокин // Вопросы образования. – 2022. – №2. – С. 117–139. – DOI 10.17323/1814-9545-2022-2-117-139. – EDN DRAJBY