

УДК 342 (476)

## СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ФУНКЦИИ ИМИДЖА УЧЕНОГО» И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ БРЕНДА УНИВЕРСИТЕТА

М. А. Бабицкая

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники*

## ESSENCE OF THE CONCEPT OF FUNCTIONS OF THE SCIENTIST'S IMAGE AND THEIR ROLE IN STRENGTHENING THE UNIVERSITY BRAND

M. A. Babitskaya

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics*

**Аннотация:** в статье рассматривается понятие функций имиджа ученого, их сущность и роль в развитии бренда университета. Имидж ученого в университете и в академической макросреде создает его рейтинг и выполняет определенные функции, преобразующие результаты его деятельности и оказывающие влияние на развитие бренда университета. Изучение роли имиджа ученого в оценке деятельности университета позволило выявить и обозначить следующие функции имиджа: развитие профессиональной идентичности ученого, обеспечение прозрачности в академической среде, продвижения в мировых рейтингах университетов. Качественное выполнение имиджевых функций ученым влияет на репутацию университета и достижение стратегических целей в сфере образования и науки. Следует признать высокую важность и значимость данного рода общественных отношений, требующих самостоятельного правового регулирования.  
**Ключевые слова:** функции, имидж, ученый, правовой статус, бренд, университет, правовое регулирование.

**Abstract:** the article examines the concept of scholar image functions, their essence and role in the development of the university brand. The image of a scientist in the university and in the academic macro environment creates its rating. The image of a scholar performs certain functions that transform the results of his activities and have an impact on the development of the university brand. The study of the role of a scientist's image in evaluating the performance of a university allowed us to identify and outline such functions of image as: development of professional identity of a scientist, ensuring transparency in the academic environment, promotion in the world university rankings. The high-quality performance of image functions by scientists affects the reputation of the university and the achievement of strategic goals in the field of education and science. It should be recognized the high importance and significance of this kind of social relations, requiring independent legal regulation.  
**Key words:** functions, image, scientist, legal status, brand, university, legal regulation.

Центральное место в развитии высшего образования и науки принадлежит профессорско-преподавательскому составу, правовой статус которого определен в Кодексе Республики Беларусь об образовании<sup>1</sup>. Для лиц, желающих полу-

чить высшее образование, при принятии решения о выборе места обучения решающим фактором является уровень профессиональной компетентности профессорско-преподавательского состава в университете наряду с такими факторами, как приемлемость стоимости образования, условий обучения и проживания.

<sup>1</sup> Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 г. № 243-З : с измен. и доп. по состоянию

Научно-педагогический опыт преподавателей с серьезным статусом ученого в действительности является объектом интереса у студентов и слушателей университета, в том числе иностранных граждан и обеспечивает высокий уровень доверия. Вместе с тем, одним из стимулов повышения конкурентоспособности университета является стремление создать наилучшие условия для удовлетворения потребностей обучающихся в качественном образовании. Решение задачи повышения конкурентоспособности университета оказывает влияние и на активизацию экспорта образовательных и научно-исследовательских услуг, получение грантов, привлечение инвестиций.

Профессорско-преподавательский состав и научные сотрудники университета являются акторами образовательных и научных услуг. В сознании потенциальных и реальных студентов залогом высокого качества высшего образования является привлекательный, благоприятный имидж научных и педагогических работников кафедры, факультета, университета, в котором они обучаются. Здесь важны все атрибуты сконструированного образа научного и педагогического работника: авторитет ученого, репутация и узнаваемость в академических кругах, ассоциации с направлениями науки и учебными дисциплинами, мнение общественности о преподавательской деятельности и ее результатах. В целом статус университета тем выше и существенней, чем больше там работает преподавателей со статусом, характерным для академической среды: должность, ученая степень и звание, занятость в исследованиях, уровень публикаций, участие в организации и проведении научных мероприятий, опыт научного руководства и организаторской деятельности в сфере науки, образовательной и воспитательной работы. Предполагается, что имидж ученого не нуждается в правовом регулировании, он складывается стихийно, зависит от продолжительности работы в университете. Многие считают, что положительное мнение о каждом работнике кафедры – у руководства и коллег – сформировано в определенной степени и этого достаточно.

Имидж ученого предполагает прочную связь имени с исследованиями. Другими словами, когда при упоминании имени ученого слушатели (собеседники) сразу понимают, о какой об-

ласти научных интересов идет речь, и наоборот, при назывании предметной области можно легко вспомнить ученых, которые в этой области работают – тогда говорят о высоком рейтинге ученого. Для преподавателей и ученых из высшей школы, которые обладают такими профессиональными качествами, как динамика реагирования на развитие научных и социальных процессов вокруг него, способность к деловым и научным коммуникациям, умение распознавать особенности на ранних стадиях исследования и прогнозировать результат, стремление ставить научные интересы выше собственных и добиваться высоких результатов, важно, чтобы формирование и поддержание собственного профессионального имиджа и имиджа университета являлось целенаправленным, организованным процессом. Различные характеристики особенностей профессионального имиджа современного ученого рассматриваются в трудах Н. Ф. Анохиной, С. М. Анохина, Е. А. Дагаевой, Т. И. Жукова, Н. К. Иконниковой, В. В. Нурмухаметовой, В. Л. Сидоровой, В. И. Тищенко, И. П. Чертыкова и др. В большинстве исследований авторы прямо или косвенно задаются вопросом, насколько общественно значимым является понятие имиджа.

Чертыкова И. П. в своей попытке очертить смысловые рамки понятия «имидж», считает, что то, внутри «рамки» актуально для группового сознания, – это и есть имидж. При этом на имидже, как правило, фокусируется общественное сознание<sup>2</sup>.

По мнению Н. Ф. Анохиной, С. М. Анохина, особого внимания заслуживают тенденции образа, который создает себе ученый в виртуальной среде, например, профессора-бизнесмена или вузовского преподавателя-исследователя и т. д.<sup>3</sup>

Е. А. Дагаева уделяет особое внимание коммуникативной природе ученых с серьезным имиджем. Имидж автор интерпретирует как социальный конструкт, проявляющий себя на

<sup>2</sup> См.: Чертыкова И. П. Социально-психологическая природа имиджа // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. 2015. № 3(33). С. 134–137.

<sup>3</sup> См.: Анохина Н. Ф., Анохина С. М. Создание образа ученого на сайте университета с помощью персональных данных // Образовательные технологии. 2016. № 2. С. 102–105.

когнитивном и эмоционально-оценочном уровне, нацеленный на контакт с заинтересованной аудиторией. Без аудитории, на которую была бы направлена коммуникация ученого, невозможно формирование его имиджа<sup>4</sup>.

В способности к коммуникации проявляются такие динамичные характеристики имиджа, как гибкость, изменчивость, активность его обладателя. Мысль о важной роли коммуникации при создании имиджа ученого подчеркивают в своих работах также Т. И. Жукова, В. И. Тищенко. Особое внимание авторы обращают на то, что общение ученых осуществляется вне зависимости от географических и временных барьеров. Такое общение содержит сетевобразующий фактор, так как способствует появлению профессиональных, исследовательских виртуальных, или сетевых, научных сообществ, и завязано на общих предметных научных интересах<sup>5</sup>.

Созданию условий для предметного общения ученых способствуют социальные научные сети: ResearchGate, Mendeleev, LinkedIn, Loop, SciProfiles, Scienceseeker, SciPeople и др. Совместная работа в научных сообществах и коллаборациях, созданных в социальных сетях, положительно воздействует на развитие исследовательского потенциала, особенно для молодых ученых, формирующих авторитет в науке. Так, в Белорусском государственном университете информатики и радиоэлектроники (далее – БГУИР) 25 % преподавателей зарегистрированы в различных научных социальных сетях, из них: 69 % – кандидаты наук, 18 % – преподаватели, не имеющие ученой степени и звания, в возрасте от 27 до 50 лет и только 13 % – доктора наук в возрасте до 70 лет.

Полагаем, что имидж ученого создает его рейтинг как в университете, так и в академической среде в целом. Отсюда следует, что имидж ученого выполняет определенные функции, преобразующие результаты его деятельности и влияющие на корпоративный имидж и бренд университета.

<sup>4</sup> См.: Дагаева Е. А. Имидж как социально-коммуникативный феномен : методология изучения // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2014. № 1 (19). С. 43–47.

<sup>5</sup> Жуков Т. И., Тищенко В. И. Сетевые научные сообщества в Рунете : типология и практика // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества : сб. науч. тр. М., 2013. С. 248–271.

Сущность понятия «функции имиджа ученого» заключается именно во влиянии имиджа преподавателей и научных сотрудников на развитие бренда университета с помощью транспарентных показателей результатов научного труда, репутации ученых, мнения академической среды и общественности об их деятельности, повышения узнаваемости университета в мировой академической среде. Исходя из данного определения можно обозначить такие функции имиджа ученого, как развитие профессиональной идентичности ученого, обеспечение прозрачности в академической среде, продвижения в мировых рейтингах университетов.

Профессиональная идентичность ученого как механизм формирования чувства тождественности самому себе, по мнению В. В. Нурмухаметовой, приходит в действие, когда он ощущает эффективность собственной деятельности, ее значимость для окружения, общественное признание своих заслуг, предпосылки для повышения собственного социального статуса<sup>6</sup>. Н. К. Иконникова рассматривает профессиональную идентичность как слаженную систему – конструкцию, включающую в себя роли, знания, оценки, эмоциональные состояния субъекта научной деятельности. В качестве примера приводит такие зрелые профессиональные и организационные качества ученого, как готовность и желание подтверждать свой статус в науке, делать научные публикации, привлекать к исследованиям коллег и сотрудников, осуществлять поиск финансирования для осуществления научно-исследовательских проектов<sup>7</sup>.

Ученый с положительной профессиональной идентичностью обладает деловыми и социальными связями в глобальном академическом сообществе, благодаря которым получает необходимую информацию, поддержку коллег, предложения о сотрудничестве, а его личностные качества облегчают адаптацию в инокультурной среде. Целесообразно полагать, что

<sup>6</sup> См.: Нурмухаметова В. В. Проблемы идентичности преподавателей высшей школы (социально-философский аспект) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2016. № 12. Ч. 1. С. 135–137. URL: <https://www.gramota.net/materials/3/2016/12-1/37.html>

<sup>7</sup> См.: Иконникова Н. К. Человек в мире вещей : проблема присвоения вещной среды // Вопросы социальной теории : научный альманах. 2010. Т. 4. Человек в поисках идентичности. С. 344–354.

функция достижения профессиональной идентичности реализуется в руководстве научной школой, научными проектами, продуктивной публикационной активности, стремлении к повышению статуса (получение должности, присвоение ученых степеней и званий, публикации в высокорейтинговых научных журналах).

Анализ публикационной активности ученых в БГУИР показал, что более трети его работников с ученой степенью имеют публикации с высокими научными показателями в изданиях наукометрических баз данных Scopus и Web of Science (далее – WoS). За пятилетний период (2018–2022 гг.) среди авторов публикаций, выполненных в соавторстве с учеными из БГУИР и размещенных в мировых наукометрических базах, больше половины в качестве основных вкладчиков (Scientific Leadership или первых авторов) являются авторы из БГУИР, в частности 75 % первых авторов публикаций в коллаборации – в базе Scopus и 69 % – в базе WoS.

При оценке достижений научно-исследовательской деятельности каждого отдельного работника, научной коллаборации, университета в целом особое значение приобретает прозрачность результатов. Согласно определению, прозрачность (транспарентность) – это доступность качеств объекта для наблюдения извне сторонними пользователями. О. Н. Волкова, исследуя феномен прозрачности в академической среде, приходит к выводу, что измеримой ее делает квантификация, которая владеет средствами вычисления прозрачности. Квантификация предполагает измерение всех качеств объектов посредством чисел, шкал, графиков, таблиц, где работают инструменты количественной оценки результативности научных изысканий<sup>8</sup>. Так, для определения продуктивности научной публикации рассчитываются индексы цитирования, позиции в рейтингах, которые позволяют наблюдать, различать, сравнивать объекты и выносить определенные решения по ним. Имидж ученого посредством функции обеспечения прозрачности в академической среде укрепляется в соответствии с индексами Хирша его работ и импакт-факторами журналов, в которых они опубликованы. В БГУИР среди публикующихся

в изданиях Scopus педагогических и научных работников 42 % имеют научные статьи в журналах I квартиля. Из них – более половины (58 %) – научные сотрудники (работники научно-исследовательской части), остальные – преподаватели кафедр БГУИР.

Оценка академической транспарентности имеет важное значение при формировании характеристик бренда университета. В качестве примера рассмотрим данные о количестве цитирований публикаций в изданиях WoS девяти университетов Республики Беларусь (табл. 1).

Таблица 1

*Цитирование публикаций в изданиях WoS*

Университет	Количество цитирований за 2018–2022 гг.
Белорусский государственный университет	26 562 (21 727*)
БГУИР	1773 (1459*)
Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины	1324 (1123*)
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы	1303 (1176*)
Белорусский государственный медицинский университет	1264 (1199*)
Белорусский национальный технический университет	1139 (965*)
Гродненский государственный медицинский университет	385 (371*)
Гомельский государственный медицинский университет	286 (254*)
Витебский государственный медицинский университет	267 (205*)

\* Без самоцитирования.

Количество цитирований публикаций от девяти указанных университетов соответствует критериям «Средняя нормализованная цитируемость – глобальный уровень; национальный уровень» мирового рейтинга «Три миссии университета – MosUIR». По количеству цитирований публикаций в изданиях наукометрической базы WoS БГУИР занимает II место среди белорусских университетов.

Другим наглядным примером академической прозрачности являются данные анализа научных показателей публикаций некоторых белорусских университетов в наукометрической базе данных Российского индекса научного цитирования (далее – РИНЦ). На сайте РИНЦ представлены наукометрические показатели цити-

<sup>8</sup> См.: Волкова О. Н. Тотальная прозрачность : рейтинги и индексы в отечественном образовании и науке // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 31. С. 13–22.



рования научных статей, авторы которых отнесены к доменам университетов. Для сравнения были выбраны показатели цитирования научных статей трех белорусских университетов.

Критериями отбора университетов были численность профессорско-преподавательского состава и научных работников, а также количество студентов (табл. 2).

Таблица 2

*Цитирование публикаций в РИНЦ*

Университет	Количество цитирований	Доля цитирования от общего количества цитирований в ядре РИНЦ
БГУИР	4077	44,4 % (1811)
Белорусский государственный медицинский университет	3762	23,1 % (869)
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины	3878	27,9 % (1083)

По табл. 2 видно, что среди университетов первое место по количеству и по доле цитирования в ядре РИНЦ занимает БГУИР – 4077 и 44,4 %; второе – Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины – 3878 и 27,9 %; показатели Белорусского государственного медицинского университета составляют 3762 и 23,1 % соответственно.

Посредством сравнения транспарентных научных показателей были определены объективные данные цитирования среди этих университетов за пять лет в расчете на одну публикацию и на одного автора, по всем источникам, входящим в РИНЦ и в ядро РИНЦ (табл. 3).

Таблица 3

*Цитирование в расчете на одну публикацию и на одного автора в РИНЦ*

Университет	Среднее количество цитирований публикаций за 2017–2021 гг. в расчете на единицу		Индекс Хирша (h-index) по публикациям в РИНЦ	
	публикация	автор	по всем источникам	в ядре РИНЦ
БГУИР	0,86	8,69	51	45
Белорусский государственный медицинский университет	0,44	2,78	38	29
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины	0,50	5,58	45	31

Как видим из табл. 3, цитирование публикаций под авторством работников БГУИР за пять лет в расчете на одну публикацию составляет 0,86, на одного автора – 8,69, по показателю индекса Хирша – по всем публикация в РИНЦ h-index – 51, по публикациям в ядре РИНЦ h-index – 45. В двух других университетах среднее число цитирований на одну публикацию или автора ниже в полтора – три раза, в то время как индекс Хирша отличается не столь существенно.

Представленные две функции имиджа ученого (развития профессиональной идентичности ученого и обеспечения прозрачности в академической среде) влияют на укрепление бренда университета посредством содействия профессиональной самореализации ученого, развития его авторитета в академической среде. Третья функция – продвижения в международных рейтингах университетов (далее – продвижения в рейтингах) – направлена на повы-

шение узнаваемости и статуса университета, в котором работают авторитетные ученые и преподаватели. Сущность функции продвижения в рейтингах заключается в предоставлении данных, соответствующих критериям мировых рейтингов университетов, а также доступа к необходимой информации на сайте университета для индексации достижений в научно-исследовательской, образовательной и общественной деятельности.

Интенсивное совершенствование информационно-коммуникационных технологий существенно увеличило возможности развития имиджа ученого в виртуальной среде. Для этого каждому преподавателю научно-исследовательскому сотруднику необходимо осуществлять определенные действия технического характера по поддержанию своего имиджа в виртуальной академической среде, которую исследуют и учитывают в рейтингах. В частности научным педагогическим работникам рекомендуется:

- завести персональную страницу, на которой желательно размещать актуальные сведения о научных интересах, преподаваемых учебных курсах и дисциплинах;
- зарегистрировать профиль в Google Scholar, РИНЦ, ORCID, Publons, разместить ссылку на эти сервисы на персональной странице;
- делать публикации в журналах открытого доступа, авторитетных, высокоимпактных журналах;
- зарегистрироваться и работать в научных социальных сетях.

Центральным элементом виртуального имиджа ученого можно считать размещенную на сайте университета его персональную страницу. Персональная страница должна отражать возможность познакомиться с тематикой научных исследований автора, перечнем наиболее важных публикаций, узнать ученый статус исследователя, где и кем он работает, как выглядит, какие каналы предлагает для переписки, а также ссылки на профиль в наукометрических базах данных (Google Scholar, Scopus, WoS, РИНЦ).

Полагаем, что развитие бренда университета посредством реализации функций имиджа ученых является инструментом достижения стратегических целей государства в сфере образования и науки, поэтому следует признать

особую значимость данного рода общественных отношений, требующих самостоятельного правового регулирования.

### Библиографический список

Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 г. № 243-З : с измен. и доп. по состоянию на 6 марта 2023 г. Доступ из информ.-правовой системы «ЭТАЛОН : Законодательство Республики Беларусь».

Анохина Н. Ф., Анохина С. М. Создание образа ученого на сайте университета с помощью персональных данных // Образовательные технологии. 2016. № 2. С. 102–105.

Жукова Т. И., Тищенко В. И. Сетевые научные сообщества в Рунете : типология и практика // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества : сб. науч. тр. М., 2013. С. 248–271.

Волкова О. Н. Прозрачность в российском академическом сообществе : доверие или «общество спектакля»? // Ректор вуза. 2016. № 8. С. 42–48.

Волкова О. Н. Тотальная прозрачность : рейтинги и индексы в отечественном образовании и науке // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 31. С. 13–22.

Дагаева Е. А. Имидж как социально-коммуникативный феномен : методология изучения // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2014. № 1(19). С. 4–47.

Иконникова Н. К. Профессиональная и гражданская идентичность ученых в зеркале глобальной академической мобильности // Вопросы социальной теории. 2011. Т. V. С. 319–336.

Иконникова Н. К. Человек в мире вещей : проблема присвоения вещной среды // Вопросы социальной теории : научный альманах. 2010. Т. 4. Человек в поисках идентичности. С. 344–354.

Нурмухаметова В. В. Проблемы идентичности преподавателей высшей школы (социально-философский аспект) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2016. № 12. Ч. 1. С. 135–137. URL: <https://www.gramota.net/materials/3/2016/12-1/37.html> (дата обращения: 15.03.2023).

Сидорова В. Л. Формирование эффективного имиджа вуза // Вестник ВолГУ. 2008. Серия 6. Вып. 11. С. 13–20.

Чертыкова И. П. Социально-психологическая природа имиджа // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. 2015. № 3 (33). С. 134–137.

Белорусский университет информатики и радиоэлектроники

**Бабицкая М. А.**, кандидат педагогических наук, заведующий сектором продвижения в международных рейтингах

E-mail: m.babitskaya@bsuir.by

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics

**Babitskaya M. A.**, Candidate of Pedagogical Sciences, Head of International Rankings Department

E-mail: m.babitskaya@bsuir.by