УДК 316.6

**Насыбуллин Айрат Ризванович**

**соискатель ФГНУ "Институт педагогики и психологии профессионального образования" Российской академии образования, г. Казань**

# МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ СУБЪЕКТНОГО ИМИДЖА СТУДЕНТА ВУЗА – БУДУЩЕГО БАКАЛАВРА

***Аннотация:***
***В статье определяется понятие имиджа применительно к студенту вуза – будущему бакалавру, описаны факторы развития имиджа обучающегося в вузе. Автором предложены структурно-динамическая модель и модель перцептивных составляющих субъектного имиджа студента, построенные на основе уже имеющихся моделей. Установлено, что оптимальное сочетание перцептивных составляющих определяет успешность формирования имиджа студента.***

***Ключевые слова:***
***имидж, имидж студента, социально-психологические особенности имиджа педагога-психолога, компоненты структуры имиджа, особенности перцептивных составляющих имиджа.***

**Nasybullin Ayrat Rizvanovich**

**PhD applicant, Institute of Education Science and Psychology of Vocational Education, Russian Academy of Education**

# MODELING OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL FEATURES OF SUBJECTIVE IMAGE OF A HIGHER SCHOOL STUDENT – A FUTURE BACHELOR

***Summary:***
***The article discusses an idea of image regarding a college student – a future bachelor. The factors of student image development in a higher school are described. The author suggests a dynamic structure model and a model of perceptual components of subjective student image based on existing models. It is stated, that the optimum combination of perceptual components determines the successful formation of the student's image.***

***Keywords:***
***image, image of student, socio-psychological features of educational psychologist's image, structural components of image, characteristics of perceptual components of an image.***

Социально-экономическая и политическая ситуация развития современной России вызвала изменения не только в жизни различных социальных групп, но и в жизни отдельно взятой личности как субъекта деятельности. Современный социум испытывает острую потребность в профессионале (бакалавре) с новым стилем социального поведения, связанным с таким явлением, как имидж субъекта деятельности. В социальной психологии это вызывает потребность в изучении условий, механизмов и социально-психологических особенностей формирования и развития имиджа студента вуза как будущего профессионала на уровне подготовки бакалавра.

Понятие «имидж» получило широкое распространение в самых разных областях знания (антропология, философия, экономика, социология, психология, педагогика, политология, культурология) и стало междисциплинарным и полипарадигмальным. Категориальное содержание понятия имиджа сформировалось в информационном поле многих наук и интерпретировалось в соответствии с особенностями, целями, задачами, функциями субъекта деятельности на основе различных методологических подходов, принципов и концепций.

За основу исследования нами был взят субъектно-деятельностный подход, разработанный в научной школе С.Л. Рубинштейном [1] и его учениками: К.А. Абульхановой и А.В. Брушлинским [2; 3]. Согласно данному подходу личность проявляется и развивается как субъект деятельности. При этом А.В. Брушлинский рассматривал категорию субъекта шире, чем категорию личности, понимая его как человека на высшем, индивидуализированном для него уровне деятельности, общения, целостности, автономности и т. д. [4]. К.А. Абульханова, напротив, рассматривала категорию личности гораздо шире, чем категорию субъекта [5].

В общественном сознании и ментальности современного человека понятие имиджа существует как представление об определенной ценности, от качества которой зависит жизненный успех и успешность субъекта профессиональной деятельности.

В науке нет однозначного понимания имиджа. При этом многие определения имиджа противоречат друг другу. Нам импонирует определение, которое предложил А.Ю. Панасюк: «Имидж объекта – это мнение рационального характера или эмоционально окрашенное об объекте, возникшее в психике – в сфере сознания (и) или в сфере подсознания определенной (или неопределенной) группы людей на основе образа, сформированного целенаправленно или непроизвольно в психике в результате либо прямого восприятия ими тех или иных характеристик данного

объекта, либо косвенного – через восприятие уже оцененного кем-то образа на основе восприятия мнения, сформированного в психике других людей с целью возникновения аттракции – притяжения людей к данному объекту» [6, с. 25].

В настоящее время вопросы развития имиджа становятся актуальными и востребованными не только в политической и деловой сферах, но и в педагогической и студенческой среде. От наличия и степени развития имиджа студента вуза – будущего бакалавра и его представления в сознании общественности, ментальности зависит процесс привлечения абитуриентов, реализация перспективных проектов, общее положение вуза в образовательной системе региона.

Как считают Ф.Г. Мухаметзянова и Г.С. Прыгин, социально-психологические особенности субъектного имиджа могут являться индикаторами инновационной образовательной среды современного вуза [7]. Проблема изучения социально-психологических особенностей представлений о субъектном имидже студентов вуза является актуальной, востребованной и мало изученной в социальной психологии. Это связано с теми обстоятельствами, которые касаются, с одной стороны, нового уровня понимания современного студенчества в контексте профессиональной подготовки в вузе на уровне бакалавриата, а с другой – феномена имиджа студента – будущего бакалавра как субъекта учебно-профессиональной деятельности.

Несмотря на то что в системе высшего профессионального образования начался переход к подготовке бакалавров, в общественном сознании еще не сформированы позитивные представления об имидже бакалавра как первой ступени высшего образования [8]. Следует обратить особое внимание и на то обстоятельство, что современные студенты вуза в своем большинстве начинают проявлять себя как субъекты имиджа как на уровне отдельной личности, так и на уровнях коллектива и группы. В определенной степени уже можно говорить не только об индивидуальном и коллективном имидже, но и субъектном имидже студенте вуза – будущего бакалавра.

Мы считаем, что субъектный имидж студента вуза – будущего бакалавра – это интегральная характеристика, включающая в себя совокупность внешних и внутренних социально-психологических перцептивных составляющих личности (визуальная, интеллектуальная, статусная, социальная перцепция). Понятие субъектный имидж студента вуза мы прежде всего связываем с таким понятием как субъект учебно-профессиональной деятельности. Студент вуза является субъектом учебно-профессиональной деятельности. Именно студенческий возраст условно можно считать «золотым веком» развития личностной субъектности студента.

Как считает Ф.Г. Мухаметзянова, студент вуза – субъект учебно-профессиональной деятельности – это личность студента вуза на высшем, индивидуализированном для него уровне активности, самостоятельности, мотивированности, ответственности, самореализации [9]. Способность студента быть субъектом учебно-профессиональной деятельности – это субъектность студента. Субъектность студента вуза как функциональная характеристика его личности определяет тот «сдвиг» в поведении, вызванный им самим же [10]. Субъектность студента вуза – это мера тех изменений, которые он производит в самом себе и в окружающих (референтных) его субъектах [11; 12].

Анализ научной социально-психологической литературы показал недостаточную разработанность имиджелогии студенчества как новой отрасли знания. Мы согласны с рассуждениями В.М. Шепеля о необходимости изучения проявления и развития имиджа студента в контексте специфики имиджа студента, его функций, структуры и социально-психологических особенностей [13].

Факторами развития имиджа студента вуза – будущего бакалавра являются особенности профессиональной подготовки в сочетании с особенностями субъекта учебно-профессиональной деятельности (целеполаганием, мотивацией, рефлексией, потребностью в развитии позитивного имиджа). Факторы развития имиджа студента вуза – будущего бакалавра сопряжены с механизмами его проявления в структуре социально-психологических особенностей различных уровней социальной перцепции.

Мы согласны с О.А. Жеребенко относительно того, что важным механизмом развития имиджа студента вуза является мера согласования – рассогласования структурно-содержательных особенностей имиджа на уровне индивидуальной и общественной апперцепции [14].

Для получения более полного представления о социально-психологических особенностях субъектного имиджа необходимо создать модель данного явления на структурном и динамическом уровнях ее проявления. Нами была взята за основу модель имиджа студента вуза, представленная в исследовании О.А. Жеребенко, в которую были внесены некоторые изменения [15].

Структурно-динамическая модель субъектного имиджа студента – будущего бакалавра включает в себя ряд компонентов:

1) индивидуально-типологические (внешние данные, пол, возраст, темпераментальные особенности, интернальность-экстернальность);

2) субъектно-деятельностные (учебно-профессиональная мотивация, ценностные ориентации);

3) социально-психологические (престижность вуза, статус вуза и факультета, социальная роль студента).

Социально-психологические особенности имиджа студента вуза – будущего бакалавра определяются оптимальным сочетанием компонентов и проявляются в структуре личности на уровне мотивационной, субъектно-деятельностной и социально-психологических сфер личности.

Использование данной модели является основанием для разработки критериев и индикаторов и выявления социально-психологических особенностей субъектного имиджа студента вуза – будущего бакалавра.

Социально-психологические особенности имиджа студента вуза сопряжены с функциями имиджа субъекта деятельности: социальной адаптации, социального влияния, рефлексивной, психотерапевтической, аффективной, организаторской, коррекционно-развивающей, регуляционной, субъектной.

Оптимальное сочетание компонентов имиджа студента – будущего бакалавра и их трансформация в функциях приводят к формированию его перцептивных составляющих, которые в совокупности проявляются в «профиле имиджа».

Нами также за основу были взяты основные компоненты модели перцептивных составляющих имиджа студента вуза, разработанной О.А. Жеребенко [16], и модернизированы для студента – будущего бакалавра.

Модель перцептивных составляющих субъектного имиджа студента вуза – будущего бакалавра включает в себя следующий ряд компонентов (в авторской модификации):

– визуальная перцепция: а) внешний вид субъекта (внешний вид, стиль одежды, аксессуары); б) стиль поведения и общения (манеры поведения и общения);

– интеллектуальная перцепция: а) личностные качества; б) интеллектуальные качества; в) профессионально-значимые личностные качества;

– статусная перцепция: а) статус и эффективность вуза и факультета; б) престижность профессии;

– социальный фон апперцепции: а) личностные характеристики окружения, социума (семья, друзья, знакомые, будущие коллеги); б) стратификационные характеристики окружения (степень престижа референтной социальной группы).

Как показывают результаты исследований по проблеме социально-психологических особенностей имиджа студента, развитие имиджа студентов от первого к пятому курсу идет в направлении роста мотивационно-потребностной сферы личности и социальной направленности ценностей [17].

В процессе профессиональной подготовки в вузе происходит освоение студентом социальной роли будущего бакалавра как субъекта учебно-профессиональной деятельности.

В профиле имиджа студентов вуза своеобразно проявляются и ценностные ориентации студентов, которые сочетаются в континууме: а) познавательные – аффилиативные; б) личностные – социальные. Их оптимальное сочетание все больше приобретает социально-психологическую направленность [18].

В исследовании выявлены значимые различия в профиле имиджа студента вуза в зависимости от особенностей условий и содержания обучения как будущего бакалавра. В ряде исследований выявлено, что у большинства студентов вуза преобладают социально-приемлемый и оптимальный имиджи [19; 20].

Социально-приемлемый имидж студента вуза рассматривается как имидж, одобряемый и поддерживаемый социумом и окружением субъекта учебно-профессиональной деятельности.

Оптимальный имидж студента вуза определяется как одобряемый и поддерживаемый не только социумом и окружением, но и самим студентом как субъектом учебно-профессиональной деятельности.

Итак, субъектный имидж студента – будущего бакалавра детерминирован рядом социально-психологических особенностей перцептивных составляющих, оптимальное сочетание которых определяет успешность формирования его субъектного имиджа.

**Ссылки:**


1. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. Человек и мир. СПб., 2003. 512 с.
2. Абульханова К.А. Психология сознания личности (проблемы методологии, теории и исследования реальной личности) // Избр. психол. тр. М. ; Воронеж, 1999. 224 с.
3. Брушлинский А.В. Избранные психологические труды. М., 2006. 623 с.
4. Там же.
5. Абульханова К.А. Указ. соч.

6. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегии, психотехники, психотехнологии. М., 2007.
7. Мухаметзянова Ф.Г., Прыгин Г.С. Социально-психологические особенности субъектного имиджа студента как индикатора инновационной образовательной среды современного вуза // Казан. пед. журн. 2011. № 5–6 (89–90). С. 121–128.
8. Трегубова Т.М. Диверсификация подготовки компетентных специалистов в рамках программы «Темпус» в условиях международной образовательной интеграции // Вестн. Владимир. гос. гуманитар. ун-та. 2011. № 30. С. 138–143.
9. Мухаметзянова Ф.Г., Мифтахов И.И. Феномен субъектности студента в психологии // Казан. пед. журн. 2013. № 4 (99). С. 126–130.
10. Там же.
11. Калюжный А.А. Социально- психологические основы имиджа учителя : автореф. дис. … д-ра псих. наук. Ярославль, 2008. 51 с.
12. Мухаметзянова Ф.Г., Прыгин Г.С. Указ. соч.
13. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. Ростов н/Д., 2008. 528 с.
14. Жеребненко О.А. Социально-психологические особенности развития имиджа студента вуза : дис. … канд. псих. наук. Курск, 2008. 177 с.
15. Там же.
16. Там же.
17. Там же.
18. Там же.
19. Там же.
20. Мухаметзянова Ф.Г., Прыгин Г.С. Указ. соч.

## References:

1. Rubinstein, SL 2003, *Being and consciousness. Man and the world,* St. Petersburg, p. 512.
2. Abulkhanova, KA 1999, 'Psychology of personal consciousness (problems of methodology, theory and research on the real person)', *Favs. psychol. tr.,* Moscow; Voronezh, p. 224.
3. Brushlinskii, AV 2006, *Selected psychological works*, Moscow, p. 623.
4. Brushlinskii, AV 2006, *Selected psychological works*, Moscow, p. 623.
5. Abulkhanova, KA 1999, 'Psychology of personal consciousness (problems of methodology, theory and research on the real person)', *Favs. psychol. tr.,* Moscow; Voronezh, p. 224.
6. Panasiuc, AY 2007, *Formation of image: strategies, psycho, psycho*, Moscow.
7. Mukhametzyanova, FG & Prygin, GS 2011, 'Socio-psychological peculiarities of the subject image of the student as an indicator of innovative educational environment of a modern university', *Kasane. ped. journal*, no. 5-6 (89-90), pp. 121-128.
8. Tregubova, TM 2011, 'Diversification of training of competent professionals in the framework of the program "Tempus" in the face of international educational integration', *Vestn. Vladimir. Reg. humanitarian, Univ*., no. 30, pp. 138-143.
9. Mukhametzyanova, FG & Miftakhov, II 2013, 'The phenomenon of subjectivity student in psychology', *Kasane. ped. journal,* no. 4 (99), pp. 126-130.
10. Mukhametzyanova, FG & Miftakhov, II 2013, 'The phenomenon of subjectivity student in psychology', *Kasane. ped. journal,* no. 4 (99), pp. 126-130.
11. Kalyuzhniy, AA 2008, *Socio-psychological bases of teacher image*, D. Phil. thesis abstract, Yaroslavl, p. 51.
12. Mukhametzyanova, FG & Miftakhov, II 2013, 'The phenomenon of subjectivity student in psychology', *Kasane. ped. journal,* no. 4 (99), pp. 126-130.
13. Shepel, VM 2008, *Profession image-maker*, Rostov n / d., p. 528.
14. Zherebnenko, OA 2008, *Socio-psychological characteristics of the image of the university student*, PhD thesis, Kursk, p. 177.
15. Zherebnenko, OA 2008, *Socio-psychological characteristics of the image of the university student*, PhD thesis, Kursk, p. 177.
16. Zherebnenko, OA 2008, *Socio-psychological characteristics of the image of the university student*, PhD thesis, Kursk, p. 177.
17. Zherebnenko, OA 2008, *Socio-psychological characteristics of the image of the university student*, PhD thesis, Kursk, p. 177.
18. Zherebnenko, OA 2008, *Socio-psychological characteristics of the image of the university student*, PhD thesis, Kursk, p. 177.
19. Zherebnenko, OA 2008, *Socio-psychological characteristics of the image of the university student*, PhD thesis, Kursk, p. 177.
20. Mukhametzyanova, FG & Miftakhov, II 2013, 'The phenomenon of subjectivity student in psychology', *Kasane. ped. journal,* no. 4 (99), pp. 126-130.