



УДК 37.03

DOI 10.52575/2712-7451-2023-42-2-252-268

Формирование имиджа будущего специалиста в образовательном процессе вуза

¹ Маматова С.И., ² Исаев И.Ф., ² Собянин Ф.И.,

¹ Белгородский государственный институт искусств и культуры,
Россия, 308033, Белгород, ул. Королева, 7

² Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

E-mail: isaev@bsu.edu.ru; sobyenin@bsu.edu.ru; mamatova75@mail.ru

Аннотация. Психолого-педагогические исследования проблем имиджа будущего специалиста дают ответы на вопросы о том, как формируется имидж и какие факторы влияют на его формирование, что необходимо учесть при разработке стратегии и организации образовательного процесса в вузе, направленного на улучшение имиджа личности студента, преподавателя, в целом учебного заведения. Цель исследования состоит в обосновании имиджа студента как предмета психолого-педагогического исследования, в определении основных этапов и условий его формирования. В статье имидж студента как носителя ценностей своего учебного заведения раскрыт в контексте отношения к его внутреннему миру, проявляющемуся в различных видах деятельности и в поведении. В исследовании обоснованы этапы освоения позитивного имиджа студента: 1 этап – овладение имидж-знаниями; 2 этап – познание себя как студента университета; 3 этап – самопрезентация. Теоретически обосновано содержание каждого этапа формирования имиджа современного студента. Сделан вывод о том, что особенности формирования имиджа студента университета зависят не только от его индивидуальных особенностей, но и от таких проявлений имиджа университета как: характер межличностных отношений в системе «преподаватель-студент», личный имидж-пример преподавателей, статус университета, его представленность в российских и международных рейтингах и др. Теоретически обосновано содержание каждого этапа формирования имиджа современного студента.

Ключевые слова: имиджелогия, имидж студента, имидж вуза, педагогическая имиджелогия

Для цитирования: Маматова С.И., Исаев И.Ф., Собянин Ф.И. 2023. Формирование имиджа будущего специалиста в образовательном процессе вуза. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 42(2): 252–268. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-2-252-268

Forming the Image of a Future Specialist in the University Educational Process

¹ Svetlana I. Mamatova, ² Ija F. Isaev, ² Fedor I. Sobyenin,

¹ Belgorod State University of Arts and Culture,
7 Koroleva St, Belgorod 308033, Russia;

² Belgorod National Research University,
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russia

E-mail: isaev@bsu.edu.ru; sobyenin@bsu.edu.ru; mamatova75@mail.ru

Abstract. Psychological and pedagogical studies of the problems of the image of a future specialist provide answers to questions about how the image is formed and what factors influence its formation, which must be considered when developing a strategy and organizing the educational process at a university aimed at improving the image of the personality of a student, teacher, in general image of the educational institution. The purpose of the study is to substantiate the student's image as a subject of psychological and pedagogical research, to determine the main stages and conditions for its formation. In the study, the authors proceed

from the fact that the image of a student is a means of achieving certain personal and professional goals that encourage appropriate social and professional behavior; the image of the university, in turn, is considered as a means of developing and implementing the strategic goals of the long-term development of an educational organization. In the article, the image of a student as a bearer of the values of the educational institution is revealed in the context of the attitude to its inner world, which is manifested in various activities and behavior. The study substantiates the stages of mastering a positive image of a student: stage 1 – mastering image-knowledge; stage 2 – cognition of oneself as a university student; stage 3 – self-presentation. The content of each stage of the formation of the image of a modern student is theoretically substantiated. It is concluded that the features of the formation of the image of a university student depend not only on his individual characteristics, but also on such manifestations of the university image as: the nature of interpersonal relations in the “teacher-student” system, personal image-example of teachers, the status of the university, its representation in Russian and international ratings, etc. The content of each stage of the forming the image of a modern student is theoretically substantiated.

Keywords: imageology, student's image, teacher's image, university's image, pedagogical imageology

For citation: Mamatova S.I., Isaev I.F., Sobyenin F.I. 2023. Forming the Image of a Future Specialist in the University Educational Process. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 42(2): 252–268 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-2-252-268

Введение

Современный вуз предоставляет широкие возможности не только для получения определенной профессии, но и создает определенную среду для формирования личности и социальной позиции студента. Одним из ключевых аспектов этого процесса является формирование имиджа студента, как комплекса качеств и характеристик, которые связываются с личностью студента в глазах окружающих и формируют его статус и репутацию. Актуальность исследования имиджа студента обусловлена трансформационными процессами, происходящими в системе подготовки будущих специалистов в вузе [Исаев и др., 2022].

В наше время, когда конкуренция на рынке труда все больше возрастает, важность имиджа студента не может быть недооценена. Этот аспект становится особенно актуальным для тех, кто планирует продолжить свою карьеру в академической или бизнес-среде. Однако, формирование имиджа студента – это не только профессиональный вопрос, но и вопрос личностного роста и развития. Качественный имидж студента способствует его самоутверждению и формированию позитивной самооценки, что в свою очередь влияет на качество его жизни в целом.

Имиджелогия, как научное направление, достаточно активно разрабатывается, начиная с 2002 года [Перельгина, 2002; Турбовской, 2002; Шепель, 2005; Почепцов, 2006; Константинова, 2011; Симонова, 2012; Летина, 2015; Адилова, 2016; Горчакова, 2019; Целых, 2019]. Генезису и современному состоянию проблемы формирования профессионального имиджа посвящена работа Л.М. Семеновой [2015]. Результаты исследования в области имиджологии позволяют раскрыть многие аспекты взаимодействия личности и общества, формирования личности и общественного мнения, а также процессы социальной коммуникации в различных видах деятельности. Разработка стратегий формирования имиджа может быть полезна для различных сфер общественной жизни.

Проведенные исследования в области общей имиджологии инициируют исследования и в такой научной сфере как педагогическая имиджология, под которой мы понимаем отрасль педагогической науки, изучающей закономерности, тенденции, технологии формирования имиджа педагога, обучающегося, образовательной организации и особенности их восприятия в социальной и профессиональной среде.

Вопросам сущности и формирования педагогического имиджа посвящен ряд работ [Атаманская, 2016а, 2016б; Щербакова, Щербакова, 2018; Бегидова и др., 2019;



Шаруева, 2021; Лебедева, Лебедев, 2022; и др.]. Психологические аспекты формирования педагогического имиджа раскрываются в исследованиях [Калюжный, 2004; Краснюк, Овчинникова, 2019].

Для нас особый интерес представляют работы, в которых рассматриваются особенности формирования имиджа высшего учебного заведения, преподавателей высшей школы и студентов. Вопросы сущности, структуры и факторов формирования имиджа высшего образования и вуза рассматриваются в работах [Христофорова и др., 2011; Лекторова, 2017; Морозова, Сухачева, 2017; и др.].

Проблема создания имиджа преподавателя вуза находит отражение в исследованиях [Сысоева, 2017; Лукашенко, Ожгихина, 2019; Лободенко и др., 2022; и др.]. В исследовании М.А. Лукашенко и А.А. Ожгихиной, в частности, показано, что имидж преподавателя вуза – «это важная компетенция преподавателя, являющаяся результатом его целенаправленной работы и саморазвития» [Лукашенко, Ожгихина, 2019, с. 53], а его доминирующими характеристиками, с точки зрения студентов, выступают: «профессионализм и экспертность преподавателя в конкретной предметной области, педагогическая компетентность как способность реализовывать продуктивный образовательный процесс и эмоциональный интеллект» [Лукашенко, Ожгихина, 2019, с. 46].

В настоящее время накоплен значительный научный потенциал, посвященный разработке общих проблем формирования имиджа личности на этапе профессиональной подготовки [Семенова, 2009; Валеева, 2016; Лашкина, 2022; и др.]

Вопросам формирования имиджа будущих специалистов сферы образования посвящено исследование И.В. Федосовой [2016]; исследование Р.К. Серёжниковой, Л.Г. Васильева, В.А. Макаровой и Е.И. Хачикян [2018] посвящено выявлению специфических особенностей имиджетворческой деятельности будущего учителя в процессе профессиональной подготовки в университете. В исследовании проблемы формирования имиджа учителя начальных классов Н.В. Савченко рассматривает имидж в качестве средства саморазвития личности будущего учителя. Автор исходит из определения профессионального имиджа будущего учителя, данного В.Г. Орешкиным в описании тренинга формирования имиджа, как «формы жизненного проявления современного учителя, с помощью которой он, активизируя личностно-деловые качества, самоутверждается профессионально и личностно» [Савченко, 2019, с. 60].

Изучаются особенности формирования профессионального имиджа студента-будущего социального педагога: Н.А. Глузман [2017] обосновывает педагогические условия и описывает модель формирования профессионального имиджа; этапы формирования и содержание компетентностного компонента профессионального имиджа разрабатывает К.И. Атаманская [2016а, 2016б]. Ряд работ посвящены исследованию процесса формирования профессионального имиджа студентов театральных вузов и вузов искусств и культуры: формирование имиджа будущих педагогов-хореографов [Шевцова, 2020], формирование сценического имиджа будущих эстрадных исполнителей [Петренко, 2015] и др. Формированию имиджа студента-медика посвящены работы К.И. Юрина [2016]; построению модели специалиста по имиджелогии – работа Ю.В. Фроловой [2010]. О.В. Шкурко [2012] исследовал проблему востребованности имиджелогического знания будущими менеджерами и пришел к выводу о необходимости более глубокой разработки методологических основ имиджелогии и концептуальных подходов. Разработке концептуальных основ формирования имиджа будущего специалиста по связям с общественностью посвящено исследование Л.М. Семеновой [2010].

Однако исследований, посвященных изучению имиджа студента, как носителя имиджа вуза, явно недостаточно. В этой связи возрастает также актуальность психолого-педагогических исследований имиджа субъектов образовательного процесса, имиджа учебных заведений. Именно опора на педагогические и психологические знания создает необходимую теоретическую основу для дальнейших имиджевых исследований.

Педагогика и психология исследуют различные аспекты проблемы имиджа. Педагогика, в частности, изучает особенности формирования имиджа учреждения образования, преподавателя и обучающегося. Важно при этом, чтобы имидж учреждения образования был положительным, так как это влияет на привлекательность и репутацию учебного заведения. Также педагогика исследует, как преподаватели и студенты могут влиять на формирование имиджа учебного заведения, и как различные методы обучения влияют на формирование имиджа будущего специалиста. Психология исследует становление личностного имиджа и его влияние на поведение человека, а также особенности личностного имиджа в различных возрастных группах, как он влияет на социальное взаимодействие и какие механизмы помогают улучшить имидж личности.

Особое внимание психология и педагогика уделяют таким аспектам, как формирование имиджа лидера и влияние лидерских качеств на формирование имиджа личности. Имидж лидера важен для достижения успеха в различных областях, включая образование, медицину, бизнес, политику, общественную жизнь и т.д. Педагогика и психология в изучении проблем имиджа имеют общую цель - понять, как формируется имидж и какие факторы влияют на его формирование, чтобы в дальнейшем разработать стратегии, способствующие улучшению имиджа личности, учебного заведения, бизнеса или общественной организации.

Таким образом, анализ литературы по заявленной теме показал, что разные авторы дают различные определения понятию «имидж». Этот вопрос достаточно широко уже освещен в имеющейся специальной литературе. Для нашего исследования важно, что, во-первых, имидж рассматривается и как специально создаваемый определенной социальной группой образ и как создаваемый усилиями самой личности индивидуальный образ. При этом и типизированный и индивидуальный образ могут рассматриваться и как устойчивое представление об особых, специфических качествах и как некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или иного социального объекта.

Для интерпретации полученных эмпирических данных важным является понимание имиджа как информативного продукта, который, с одной стороны, содержит в себе значительный объём эмоционально окрашенной информации, а, с другой стороны, побуждает к определённому социальному поведению. Такое толкование имиджа позволило операционализировать процесс исследования, когда в качестве субъекта восприятия рассматривается не только студент, но и другие участники образовательного процесса в вузе; образ получающего университетское образование рассматривается не только с точки зрения когнитивных описаний, но и с точки зрения носителя ценностей высшего профессионального образования, т.е. ценностно-смыслового отношения к нему. Главное, оно позволяет исследовать имидж не только на уровне сущности и явления, но и на уровне практической реализации.

Теоретический анализ проблемы позволил также рассматривать имидж в качестве важной составляющей воспитанности студента и необходимого компонента профессионального воспитания будущих специалистов.

Наше исследование посвящено проблеме жизнедеятельности высшей школы, укрепления имиджа обучающихся и обучающихся во взаимодействии между собой и окружающей социальной средой. Имидж для студента предстает в качестве средства достижения определенных личностных и профессиональных целей; для университета имидж – средство достижения стратегических целей, ориентированных на перспективу развития вуза.

Подходы и методы исследования

Основными методологическими подходами в исследовании выступили: системный подход, позволяющий рассматривать, с одной стороны, личность как систему, с другой – личность, вписанную в систему социума (Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, С.Л. Рубинштейн, и др.); культурологический подход, позволяющий рассматривать личность будущего специалиста как носителя общей и профессиональной



культуры; акмеологический подход, обеспечивающий достижение человеком определенного жизненного, и профессионального акме; субъектно-деятельностный подход, в рамках которого личность рассматривается в качестве субъекта (Б.Г. Ананьев, А.В. Брушлинский, А.А. Деркач, Е.А. Климов; К.А. Славская, и др.).

Представления респондентов о современном студенте анализировались на основе методологического принципа трехаспектности, предложенного М.Г. Ярошевским и рассмотренного в контексте науки в статье М.Г. Ярошевского, А.В. Юревича и А.Г. Аллахвердян [2000].

В исследовании приняли участие 122 чел. (29 муж. и 93 жен.) в возрасте от 20 до 25 лет. Выборку составили студенты белгородских вузов. Для изучения системы представлений респондентов о современном студенте использовался метод самоописания (модифицированная методика Т. Куна) и метод опроса. В основу методов изучения социальных представлений была положена идея свободных ассоциаций и высказываний, которая рассматривается в качестве одного из необходимых элементов методов анализа социальных представлений.

Респондентам предлагалось сформулировать и записать до 20 суждений-ответов на словосочетание «Я как студент» и до 20 продолжений следующих предложений: «По-моему мнению, большинство белгородцев думают о современном студенте следующее...» и «По-моему мнению, большинство белгородцев относятся к студентам в современных условиях развития высшей школы следующим образом...». Студенты могли дать любое число ответов, не превышая 20, в любом порядке, не соблюдая никакой логики.

Кроме самоописания студентам предлагалось ответить на 7 вопросов: 1. Как Вы считаете, что отличает студентов Вашего вуза от студентов других вузов? 2. Как Вы оцениваете уровень образования, который получают студенты Вашего вуза? 3. Как Вы думаете, студенты Вашего вуза обладают запасом знаний и навыков, необходимых для успешной карьеры? 4. Какие качества характеризуют студентов Вашего вуза, на Ваш взгляд? 5. Как Вы думаете, студенты Вашего вуза принимают активное участие в общественно-политической жизни города, области? Почему? 6. Как Вы думаете, почему он считается одним из лучших вузов в стране? 7. Как Вы думаете, соответствует ли стереотип об обучении в Вашем вузе реальности? Если нет, то в чем конкретно различия, на ваш взгляд?

Формулировки задания для самоописания и описания образа студента глазами других – жителей Белгорода связаны с неосознаваемой студентами-респондентами актуализацией когнитивного и эмоционального компонентов установки и по отношению к себе, и по отношению к студентам своего вуза. Сконструированная таким образом методика исследования направлена на исследование семантического поля студентов-участников исследования, на выделение часто повторяющихся его элементов. Благодаря чему и было определено центральное ядро социальных представлений о студентах вуза.

Оценка самоописаний и ответов осуществлялась с помощью процедуры контент-анализа. Одно суждение студента рассматривалось в качестве единицы контекста, а основной категорией – понятие «представление о современном студенте вуза».

Обсуждение результатов исследования

Всего в исследовании было получено 2 049 суждений, из них 947 суждений в самоописании и 1 102 суждения в косвенном описании образа современного студента. В самоописании максимальное число студентов (43 чел., что составило 35,3 % выборки, написали по 7 суждений; пять человек назвали минимальное количество суждений равное трем, и три человека – максимальное количество суждение равное 20. В косвенном описании образа современного студента максимальное количество респондентов (39 чел. или 32,0 %) использовали 9 суждений. При этом, если в самоописании минимальное количество равно трем суждениям, то в косвенном описании начинается с пяти суждений; диапазон суждений в косвенном описании шире, чем в самоописании: если в самоописании основная масса

студентов, описывая свой образ, использовали от 5 до 11 суждений, то в косвенном описании – от 5 до 17 суждений. Результаты контент-анализа позволили все суждения-номинации отнести к 47 категориям, объединенным в группы по разным основаниям.

Выделение категорий, их объединение в группы и проведение качественного анализа показал следующее. В структуре самоописания наибольший процент из всех суждений, имеющих отношение имеют такие категории, как «Самообучение», «Равноправная коммуникационная стратегия», «Карьерная перспектива» и «Психологическая культура» (281 суждение, что составило 29,7 % от всех суждений самоописания). При этом первые два места принадлежат категориям «Самообучение» и «Психологическая культура», которые отражают не столько реальное положение, сколько виртуальное, отражающее потребности современных студентов в изменении организации образовательного процесса в высшей школе. Такие изменения на уровне сознания студентов видятся в повышении их роли и ответственности за результаты собственной учебно-профессиональной деятельности, важнейшим фактором успешности которой объективно является владение оптимальным уровнем психологической культуры.

В соответствии с принципом трехаспектности все категории были объединены в три группы: в 1 группу (предметно-профессиональный аспект) были отнесены категории, отражающие логику профессионального развития, во 2 группу (социально-студенческий аспект) – категории, характеризующие студенчество и в 3 группу (личностно-психологический) – категории, раскрывающие индивидуально-личностные особенности респондента.

Раскроем содержание каждой группы категорий. В первую группу были включены параметры, характеризующие студентов в контексте перспектив профессионального развития: академические представления, учебные стратегии, ожидания от обучения, представления о качестве образования и о профессиональном будущем. Среди позитивных наиболее часто в этой группе встречаются номинации, характеризующие приверженность к самостоятельному обучению, предпочтение лекционных форм обучения и карьерные перспективы. Сочетание первых двух номинаций, с нашей точки зрения, характеризует такую выбираемую студентами учебную стратегию, как стратегию самообучения с включением двух видов лекций: вводной (-ых) и обобщающей (-их). Среди представлений с негативным оттенком чаще других встречаются суждения о существующей в вузе системе организации учебного процесса и учебных материалах, используемых для обучения. Сопоставляя эти суждения студентов, можно утверждать, что учебная стратегия виртуальна, а негативные суждения свидетельствуют о понимании студентами, с одной стороны, необходимости, в том числе и для карьерной перспективы, именно такой стратегии обучения, а с другой стороны, невозможности ее реализовывать в современных условиях функционирования высшей школы.

Во вторую группу были включены параметры, характеризующие студентов в контексте социальных представлений, коммуникативных стратегий, интересов и хобби, отношения к социокультурным процессам и преобразованиям. Контент-анализ позволил получить информацию о том, что большинство номинаций показывает, как студент видит себя в социальной роли и взаимоотношениях с другими студентами, преподавателями, персоналом вуза и обществом в целом и какие коммуникационные стратегии использует для достижения целей и взаимоотношений со студентами и преподавателями. Среди номинаций в этой группе чаще встречаются номинации, имеющие отношение к социальному статусу, социальной адаптации и коммуникационной стратегии взаимоотношений с преподавателями. При этом студенты не только описывают свой статус, но и высказывают свое отношение к нему; описывают не только имеющуюся, но и желаемую коммуникационную стратегию взаимоотношений с преподавателями. Студенты отмечают «средний уровень» отношения к ним со стороны и студентов, и преподавателей, а хотели бы иметь «более высокий статус». Взаимоотношения с преподавателями они оценивают, как «зависимые». Особое внимание студенты уделяют лекциям. Они считают, что преподаватели ориентируются на тему занятий, а не на студентов, на уровень их подготовленности и понимания темы.



Проведя сравнительный анализ описаний студентами образа своей учебно-профессиональной деятельности и образа себя и своих коммуникационных стратегий в системе взаимоотношений, мы пришли к следующему выводу. Студентов, в первую очередь, не устраивает и организация учебного процесса, и система взаимоотношений с преподавателями. Они хотели бы изменить и учебную, и связанную с ней коммуникационную стратегию: учебная стратегия, как стратегия самообучения, требует изменения и коммуникационной стратегии взаимодействия с преподавателями, в частности, во время лекций. Суть коммуникации с преподавателями во время лекции будет заключаться в предварительном изучении студентами нового материала: прежде чем идти на занятия, студент самостоятельно изучает материал и составляет список вопросов, которые он задаст преподавателю во время лекции. В таком случае преподаватель будет отвечать на действительно, а не будто бы, заданные вопросы студентов.

В третью группу были включены категории, характеризующие индивидуально-психологические особенности студента. Психологические представления позволили оценить то, как студенты видят себя как личность, свои характеристики, качества, таланты, интересы и потребности. В этой группе наиболее представленными в образе «Я – студент» оказались такие психологические образования, как потребность в самопознании, в саморегулировании, в саморазвитии, в самопринятии, в уверенности. То есть студенты реже описывали конкретные качества личности, типа «ответственный» и др., чаще – потребности развиваться, совершенствоваться лично и профессионально. Среди позитивных номинаций чаще всего встречается стремление к самопознанию; к саморегуляции своих мыслей, эмоций и действий; к саморазвитию и самосовершенствованию, а среди негативных самоописаний – отсутствие знаний и умений удовлетворять такие потребности. Студенты пишут: «хочу развиваться сам и лично, и профессионально, но не знаю, как это делать», «хочу лучше узнать свои возможности и способности, но у меня не получается узнать» и т.п. Такое описание студентами себя свидетельствует, с одной стороны, о неоптимальном развитии психологической культуры, с другой, – о готовности студентов совершать внутреннюю работу по самосовершенствованию в процессе самовоспитания [Маматова, 2022].

Таким образом, представления студента о себе как о студенте, включая академические, социальные и психологические, являются важными факторами для понимания процесса обучения и позволяют эффективно разрабатывать методы и подходы к обучению студентов. Анализ указанных параметров поможет более детально охарактеризовать студентов в контексте учебного процесса, социальных взаимодействий, перспектив профессионального и личностного развития. Эти параметры важны для разработки индивидуальных программ и подходов к обучению студентов, к развитию их профессиональных и личностных качеств, а также для совершенствования процесса образования в целом.

Контент-анализ косвенного описания студентами образа студента, показал, как общее с самоописанием, так и различное.

Общее заключается в том, что все суждения также можно разнести по трем группам: описания предметно-профессионального характера, социального и личностно-психологического.

Различия заключаются в том, что, во-первых, количество суждений в косвенном описании образа студента на 155 суждений больше, чем в самоописании, во-вторых, описания первых двух групп более формализованы, в-третьих, больше выделено конкретных личностно-психологических особенностей студента, в-четвертых, добавлены позитивные и негативные аспекты студенческой жизни и, в-пятых, описаны внешние признаки образа студента. Более открытое выражение студентами субъективной позиции связано с тем, что в предложениях представлена ссылка на большинство и, соответственно, при ответах срабатывал механизм разделенной ответственности за групповое решение, хорошо известный в социальной психологии. Проявлялось это в том, что в каждом суждении студента как бы отражалась точка зрения большинства белгородцев, в силу чего и происходило снижение его ответственности за сказанное.

В косвенном описании образа студента респонденты часто не разделяли ответы на когнитивные («По-моему мнению, большинство белгородцев думают ...») и эмоциональные («По-моему мнению, большинство белгородцев относятся к студентам...») аспекты преставлений, в одном ответе были и когнитивные параметры, и эмоциональные оценки.

В структуре косвенного описания респондентами образа студента наибольший процент из всех суждений имеет одна категория первой группы («Учебная нагрузка», вызывающая стресс и утомление) и три категории третьей группы («Креативный», «Умный», «Самостоятельный»). На эти четыре категории приходится 35,2 % от всех суждений.

Сравнение доминирующих категорий в самоописании и в косвенном описании свидетельствует о том, что в самоописании чаще встречаются предметно-профессиональные, или академические, категории, а в косвенных описаниях – личностно-психологические категории. Если в первом случае личностно-психологические категории являются интегральными представлениями (психологическая культура как системное личностное образование), то во втором – одноэлементными представлениями. Таким образом, студенту проще описать себя в контексте деятельности, которые он выполняет (учебно-профессиональная деятельность, хобби, спорт и т.п.) и в контексте социальных отношений (коммуникативные стратегии в отношениях с преподавателями, другими студентами), нежели в контексте внутреннего мира (свои личностные качества, эмоции, внутренние состояния).

Респонденты описывают позитивные и негативные аспекты студенческой жизни, понимая, что они оказывают серьезное влияние на личность студента и его развитие. Позитивные аспекты студенческой жизни чаще описывают такими категориями, как: «образование», «новые возможности», «исследования», «развлечения и свободное время». В группу «Образование» вошли суждения о возможности изучать те предметы, которые вызывают интерес; получать новые знания и развивать новые навыки, которые студенты могут применять в профессиональной деятельности после окончания университета и др. В группу «Исследования» вошли суждения о возможности заниматься исследованиями; участвовать в исследовательских проектах; создавать свои стартапы и т.п. Все это помогает студентам получить ценный опыт объективных исследований и научиться критически мыслить. В группу «Развлечения и свободное время» были включены суждения о широких возможностях для общения и взаимодействия с другими: участие в спортивных мероприятиях и заседаниях студенческого клуба, посещение культурных мероприятий, совместные проекты и проведение времени со своими друзьями помогают студентам налаживать новые связи и развивать свой круг общения.

Анализ суждений о позитивных аспектах образа студенческой жизни показывает, что в целом студенческий образ жизни предоставляет множество возможностей для личностного и профессионального развития, а также для общения и развлечений. Однако, как и в любом другом образе жизни, существуют и свои сложности и вызовы.

Среди негативных аспектов чаще всего студенты выделяют учебную нагрузку, социальное давление и проблемы с идентичностью. Считаем, что респонденты объективно оценивают трудности и проблемы, с которыми сталкиваются студенты. Большая учебная нагрузка действительно может вызывать утомление и стресс и приводить к нарушению здоровья, снижению работоспособности, что, в свою очередь, негативно сказывается на общем самочувствии и успеваемости студентов. Студенческая жизнь связана с определенными социальными ожиданиями и стереотипами, которые могут оказывать давление на студентов. Социальное давление может проявляться, например, в виде необходимости участвовать во всех студенческих мероприятиях, чтобы быть в «топе», или в принудительной социализации с другими студентами. Как и любой образ жизни, студенческий стереотип может вызывать у некоторых студентов проблемы социальной идентичности. Некоторые студенты могут чувствовать дискомфорт от того, что они не соответствуют стереотипу «идеального студента», а это, в свою очередь, может влиять на их самооценку и уверенность в себе.



Таким образом, студенческий образ жизни не лишен негативных аспектов. Однако, как правило, преимущества студенческого образа жизни перевешивают негативные аспекты, так как он предоставляет не только учебу, но и возможность развития личности и взаимодействия с другими людьми.

В описании внешних признаков студента респонденты выделяют возраст («молодой человек», «человек среднего возраста»), стиль одежды («современно одет», «стиль от классического до молодежного») и информационные средства («почти всегда с ноутбуком или планшетом»).

Таким образом, обобщенные результаты представления студента о себе «Я как студент» и косвенного представления о студенте, включая академические, социальные, психологические, профессиональные и мировоззренческие, учебные стратегии, интересы и хобби, ожидания от обучения и коммуникационные стратегии, являются важными факторами для понимания процесса обучения и позволяют эффективно разрабатывать методы и подходы к обучению студентов.

Выявленные особенности представлений об «идеальном современном студенте» легли в основу разработки модели формирования имиджа студента-будущего профессионала.

При определении путей формирования имиджа студента-будущего профессионала мы исходили из ряда обстоятельств, имеющих, на наш взгляд, принципиальное значение. Во-первых, современное высшее образование ориентировано на самоопределение, самореализацию и саморазвитие личности. Во-вторых, носителями имиджа профессии выступают выпускники, качество профессиональной деятельности которых является следствием качества образования, полученного ими в конкретном образовательном учреждении. В-третьих, успешная конкуренция выпускников высших учебных заведений на рынке труда требует создания имиджа, соответствующего, целесообразного и адекватного и полученной профессии, и ступени профессионализации: имидж студента, имидж профессионала.

В ходе исследовательской деятельности нами выделены этапы освоения позитивного имиджа студента университета:

I этап – этап овладения имидж-знаниями. Главная цель этапа – оказание помощи студентам в овладении имидж-знаниями и использовании их в межличностном общении, во взаимодействии с преподавателями, представителями профессиональных сообществ. Результат данного этапа – овладение знаниями, включающими имидж личности; структуру имиджа и его составляющие; технологии формирования имиджа.

II этап – этап познания себя как студента университета. С психологической точки зрения этот этап связан с «внедрением» в «Я-образ» образа «Я как студент». Анализ самоописаний студентов показывает, что в образе «Я-студент» у 29,5 % (36 чел.) доминируют такие описания, которые не только не содержат эмоционально привлекательной информации, но и не отражают стремление студентов вести себя, как подобает студенту университета. По частоте встречаемости у этой группы студентов специфически «студенческие» самоописания распределились следующим образом: название факультета, на котором учится студент – 1 место; отражение специфики организации учебного процесса в университете («хожу на лекции», «выступаю на семинарах» и т.п. – 2 место и отношение («хорошо учусь», «учусь удовлетворительно», «добросовестно посещаю занятия» и т.п.) – 3 место. Эти данные свидетельствуют о том, что у обучающихся недостаточно сформирован и внешний, и внутренний позитивный имидж студента университета.

На этом этапе формирования имиджа важно создать условия для осознания студентом своих качеств, убеждений, потребностей, ценностей и понимания того, как это отражается на его поведении и поступках. Этот этап включает в себя самоанализ, самопознание, понимание своих сильных и слабых сторон. Связь между развитием «Я-концепции» студента и формированием его имиджа характеризуется тем, что «Я-концепция» представляет собой самооценку и понимание собственной личности, а имидж – это то, что студент

демонстрирует окружающим. Таким образом, развитие «Я-концепции», во-первых, позволяет студенту лучше понимать свои качества и убеждения, которые формируют имидж; во-вторых, помогает формировать имидж, который соответствует личности и реальности. Имидж, в свою очередь, может быть использован в качестве инструмента для повышения самооценки, развития уверенности в себе, совершенствования «Я-концепции».

Развитие Я-концепции помогает студенту лучше понимать свои сильные и слабые стороны. Это значит, что студент, который развивает свою Я-концепцию, может сформировать имидж, который не только соответствует его личности, но и учитывает его возможности и преимущества. Важность развития Я-концепции в формировании имиджа подчеркивает и тот факт, что имидж может варьироваться в зависимости от ситуации и окружения, но при этом он всегда должен быть основан на настоящих качествах и ценностях студента.

Развитие Я-концепции и формирование имиджа являются важными компонентами успешного личностного роста и развития. Студент, который стремится к развитию своей Я-концепции и формированию имиджа, может более успешно достигать своих целей и удовлетворения в жизни в целом. «Я-концепция» и формирование имиджа представляют собой, с одной стороны, взаимосвязанные процессы, которые помогают студенту достичь лучшей гармонии с самим собой и окружающим миром, с другой стороны, составляют содержание второго этапа формирования имиджа студента.

Главным результатом специально организованной работы над имиджем является создание у студентов нового образа при вхождении в социальную ситуацию развития. Однако успешное формирование положительного образа «Я - студент» зависит и от таких субъективных факторов, как: уверенность студента в наличии способностей обучаться в вузе выбранной специальности, осознание собственной значимости и убежденность в том, что другие его принимают и готовы к взаимодействию с ним.

Таким образом, работа с «Я-концепцией» студентов в контексте имиджа предполагает реализацию таких функций имиджа, как лично возвышающая и психотерапевтическая. Первая связана с познанием собственного внутреннего потенциала и переоценкой «Я»; вторая – с обретением студентами уверенности в себе и связанным с этим психологическим комфортом.

Кроме этого, успешность данного этапа освоения обучающимися имиджа студента во многом определяется сформированностью позитивного имиджа университета, который также не появляется сам собой и не существует сам по себе. Формирование положительного имиджа университета – это сложный и многосторонний процесс, все части которого взаимосвязаны и взаимозависимы. Он создается образовательной, научно-исследовательской, просветительской деятельностью университета, направленной на качественную подготовку специалистов, практикой межличностных и деловых отношений, рекламно-информационной работой, ориентированной на определенные целевые группы (старшеклассники и их родители, молодежь, работодатели и др.).

III этап – этап самопрезентации. Главная цель данного этапа – обучить студентов умению преподнести себя другим, подчеркивая свои достоинства как студента высшего учебного заведения. Обучение самопрезентации – это обучение преднамеренно выстроенным моделям поведения. Выстраивая модели поведения, важно учитывать факторы самопрезентации. Существуют разные факториальные теории самопрезентации: мотивационные, ситуационные и теории, учитывающие и мотивационные, и ситуационные факторы [Апракина, 2002].

В рамках мотивационных теорий главное – формировать у студентов мотивы самопрезентации. При их формировании необходимо учитывать, что к самопрезентации могут побуждать разные мотивы: от желания формировать у других позитивное отношение к себе до стремления к превосходству, к власти. Некоторые авторы считают, что специфическими мотивами самопрезентации в рамках имиджа выступают: привлечение внимания и проявление индивидуальности. С нашей точки зрения, создание условий для



актуализации и удовлетворения потребностей в проявлении студентами индивидуальности с целью привлечения к себе внимания является одной из задач организации образовательного процесса в вузе.

Допустимые границы самопрезентации студента задают не сами по себе социальные и профессиональные нормы и ценности, принятые в вузе. Особая роль в этом принадлежит рефлексивной самооценке. Рефлексивная самооценка, как результат осознания себя в качестве объекта оценки другими, способствует осознанию студентом соответствия своих действий и своего поведения собственным представлениям об этике, в том числе и профессиональной.

Обучение студентов разным технологиям самопрезентации происходит в процессе создания и выбора моделей поведения и исполнении различных ролей в конкретных моделируемых жизненных и профессиональных ситуациях.

На этом этапе студент начинает формировать свой имидж, опираясь на осознание своих позиций и взглядов. Успешное формирование имиджа зависит от того, насколько хорошо студент не только осознает свою «Я-концепцию», ее обращенность к другим, но и умеет ее лучшие качества проявлять в процессе общения и взаимодействия с другими. Осознанию студентом полезности становиться в глазах других «совершенной» личностью способствуют имидж-знания, полученные на первом этапе, и знание себя, своих потребностей и возможностей – на втором этапе.

Успешность этапа самопрезентации определяется тем, насколько успешно реализуется функция комфортности межличностных отношений и в системе «студент-студент», и в системе «преподаватель-студент».

Установлено, что особенности становления имиджа студента университета зависят не столько от индивидуальных особенностей, сколько от составляющих имиджа университета, таких как: характер межличностных отношений в системе «преподаватель-студент», личный имидж-пример преподавателей, статус университета, его представленность в российских и международных рейтингах и др.

Определено, что основанием для эффективного формирования имиджа студента университета служит не сам по себе имидж университета, а показатель уровня доверия студентов к университету. В свою очередь, доверие и обучающихся, и общественности к университетскому образованию и к конкретному университету укрепляют: согласованность университетского образования и деятельности университета с ожиданиями и потребностями студентов, их родителей и, главное, работодателей, а также культуросообразный уклад жизни университета.

Особое место в формировании имиджа занимает развитие специфического «имиджевого» мышления, суть которого заключается в умении рассуждать и действовать в межличностном пространстве, прогнозируя реакции со стороны других людей и соотнося свои действия с этими реакциями. При этом оптимальные модели поведения, привлекательного имиджа базируются на глубокой социальности человека, на умении устанавливать благоприятные отношения с людьми, на жизнелюбии и увлеченности трудом. Последние не только обеспечивают привлекательность имиджа студента, но и являются приоритетными факторами, позволяющими им сберечь собственное здоровье.

Заключение

Имидж студента представляет собой эмоционально окрашенную систему представлений о предметно-профессиональном, социальном и личностно-профессиональном аспектах его жизни и деятельности. Будучи информативным продуктом, имидж, сформированный у студента, побуждает его к определенному социальному поведению, а имеющийся у других – к определенному взаимодействию с ним.

Формирование имиджа студента рассматривается в качестве основы построения им в будущем конструктивных отношений в профессиональной деятельности.

Педагогическая сущность процесса формирования имиджа заключается в создании устойчивого образа профессионала, который формируется в сознании студентов и ассоциируется с определенными качествами, ценностями и стилем поведения. В контексте научно-педагогической деятельности преподавателя вуза формирование имиджа будущего специалиста предполагает создание позитивного восприятия студентом собственных профессиональных и личностных качеств. С этой точки зрения необходима такая организация образовательного процесса в вузе, которая способствовала бы научению студентов строить и управлять собственным имиджем студента-будущего профессионала.

Управление имиджем неразрывно связано с умением студента создавать позитивный образ, фиксирующий лучшие его деловые и личностные качества. Следовательно, развитие имиджевой компетентности и имиджевой культуры будущего специалиста является важной составляющей его профессиональной подготовки. Развитие имиджевой культуры будущего специалиста является актуальной задачей и в силу того, что в будущем такой специалист сможет создавать не только имидж конкретной образовательной организации, в которой он обучался, но и имидж высшего образования и имидж специалиста в соответствующей области в России и за рубежом.

Одним из условий успешного формирования имиджа студента является знание того, какие представления образа современного студента носят направляющий, побуждающий и смыслообразующий характер. В исследовании показано, что для изучения системы представлений студентов целесообразно использовать метод самоописания и метод косвенного описания образа студента, для анализа описаний - метод контент-анализа с разделением представлений на предметно-профессиональные, социальные и личностно-психологические аспекты и с возможным выделением представлений об учебных и коммуникативных стратегиях, ожиданиях от обучения, интересах и хобби и о личностных качествах.

Проведение анализа описаний студентами образа современного студента позволит не только лучше узнать, как студент видит себя в контексте учебного процесса, социальных взаимоотношений, профессиональной деятельности и мировоззрения, но и понять какие учебные и профессиональные умения и навыки востребованы студентами, как они воспринимают свой социальный статус и будущую профессиональную деятельность, какие ценности и отношения формируются у молодых людей сегодня. Такая информация может быть полезной и для разработки индивидуальных программ, и подходов к обучению студентов, для развития их профессиональных и личностных качеств, и для проектирования образовательных программ и формирования социальной и профессиональной идентичности студентов, и, в целом, для совершенствовании процесса высшего образования в целом. Как показывают результаты нашего исследования, современные студенты психологически готовы к серьезным изменениям в системе высшего образования, о чем свидетельствует и «идеальный образ студента», описанный реальными студентами разных вузов, и образ студенческой жизни с ее позитивными и негативными аспектами.

Список литературы

- Адилова Л.Ф. 2016. Теоретические подходы к процессу формирования имиджа. В кн.: Россия: тенденции и перспективы развития. Выпуск 11. Под ред. В.И. Герасимова. Москва, Институт научной информации по общественным наукам РАН. Часть 3: 625–638.
- Апраксина М.В. 2002. Теоретические аспекты самопрезентации. В кн.: Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. Под ред. В.М. Шепеля. Москва, Народное образование. URL: http://evartist.narod.ru/text9/19.htm#%D0%B7_06 (дата обращения: 16.04.2023).
- Атаманская К.И. 2016а. Компетентностный компонент профессионального имиджа социального педагога. *Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования*, 1(10): 82–84.



- Атаманская К.И. 2016б. Этапы формирования профессионального имиджа социального педагога в процессе профессиональной подготовки. В кн.: Современные образовательные технологии и системы контроля качества преподавания исторических и гуманитарных, социологических и психолого-педагогических и технических дисциплин в условиях реализации ФГОС. Материалы научно-практической конференции (г. Москва – г. Краснодар, 26 марта 2016 г.). *Историческая и социально-образовательная мысль*, S1: 9–15.
- Бегидова С.Н., Агошкова О.В., Манжос Л.В. 2019. Имиджформирующие характеристики современного педагога. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология*, 1(233): 15–21.
- Валева О.Н. 2016. Методологическая основа формирования личностно-профессионального имиджа студента. *Профессиональное образование в России и за рубежом*, 2(22): 152–155.
- Глузман Н.А. 2017. Формирование профессионального имиджа социального педагога. *Образование и наука*, 19 (9): 52–69. DOI: [10.17853/1994-5639-2017-9-52-69](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2017-9-52-69)
- Горчакова В.Г. 2019. Имиджелогия. Теория и практика. Москва, Юнити-Дана, 335 с.
- Исаев И.Ф., Кормакова В.Н., Макотрова Г.В. и др. 2022. Педагогическое образование: трансформационные процессы, компетенции, технологии. Под ред. И.Ф. Исаева. Белгород, ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 296 с.
- Калюжный А.А. 2004. Психология формирования имиджа учителя. Под ред. Ю.А. Швеца. М., Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 222 с.
- Константинова В.Г. 2011. Феномен имиджа в научных исследованиях. *Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Ювенология. Социокинетика*, 17(4): 221–225.
- Краснюк Л.В., Овчинникова Л.А. 2019. Психологические аспекты формирования педагогического имиджа. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*, 8-2(27): 342–346. DOI: [10.26140/anip-2019-0802-0077](https://doi.org/10.26140/anip-2019-0802-0077)
- Лашкина И.А. 2022. Формирование профессионального имиджа студента в образовательной организации высшего образования. *Проблемы современного педагогического образования*, 77(3): 127–130.
- Лебедева И.В., Лебедев Н.Е. 2022. Имидж педагога как атрибут его профессионального профиля. *Проблемы современного педагогического образования*, 77(3): 130–132.
- Лекторова Ю.Ю. 2017. Проектирование имиджа вуза в контексте общественных ожиданий. *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*, 3: 69–86. DOI: [10.15593/2224-9354/2017.3.6](https://doi.org/10.15593/2224-9354/2017.3.6)
- Летина Н.Н. 2015. Имидж в культурологическом дискурсе. *Ярославский педагогический вестник*, 1(2): 52–57.
- Лободенко Л.К., Цырикова Н.П., Череднякова А.Б., Лободенко Н.А. 2022. Формирование имиджа преподавателя вуза в цифровом информационно-коммуникационном пространстве. *Вестник Южно-уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки*, 14(4): 30–55. DOI: [10.14529/ped220404](https://doi.org/10.14529/ped220404)
- Лукашенко М.А., Ожгихина А.А. 2019. Имидж преподавателя вуза: мнения и приоритеты студентов. *Высшее образование в России*, 28(1): 46–56. DOI: [10.31992/0869-3617-2018-27-12-46-56](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2018-27-12-46-56)
- Маматова С.И. 2022. Психологическая культура как личностный предиктор психологического благополучия. В кн.: Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики. Сборник материалов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (г. Белгород, 18 февраля 2022 г.). Под ред. Н.В. Посоховой. В 5-ти томах. Белгород, БГИИК. Том 3: 356–360.
- Морозова Е.А., Сухачева А.В. 2017. Имидж Кемеровского государственного университета глазами преподавателей. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*, 2(4): 22–28.
- Перельгина Е.Б. 2002. Психология имиджа. Москва, Аспект Пресс, 223 с.
- Петренко Е.В. 2015. Формирование сценического имиджа эстрадных певцов. *Преподаватель XXI век*, 3-1: 108–116.

- Почепцов Г.Г. 2006. Имиджелогия. СПб, Релф-бук, 576 с.
- Савченко Н.В. 2019. Формирование профессионального имиджа будущего учителя начальной школы. *Балканское научное обозрение*, 3-1(3): 60–62.
- Семенова Л.М. 2009. Генезис и современное состояние проблемы формирования профессионального имиджа. *Вестник Томского государственного университета*, 326: 194–199.
- Семенова Л.М. 2010. Концептуальные основы формирования профессионального имиджа будущего специалиста по связям с общественностью. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика*, 3: 160–169.
- Семенова Л.М. 2015. Курс имиджмейкинга в вузе: структурно-содержательный и дидактический аспекты. *Общество: социология, психология, педагогика*, 2: 28–32.
- Серёжникова Р.К., Васильев Л.Г., Макарова В.А., Хачикян Е.И. 2018. Имиджетворчество будущего педагога как основа педагогического профессионализма. *Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Педагогические науки*, 13(2): 85–92. DOI: [10.21209/2542-0089-2018-13-2-85-92](https://doi.org/10.21209/2542-0089-2018-13-2-85-92)
- Симонова И.Ф. 2012. Педагогика имиджа. СПб, Ультра Принт, 304 с.
- Сысоева Е.Ю. 2017. Рефлексивный анализ имидж-образующих характеристик преподавателя вуза. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*, 6–4 (21): 209–213.
- Турбовский Я.С. 2002. Философия имиджелогии. В кн.: Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравится людям. Под ред. В.М. Шепеля. Москва, Народное образование. URL: http://evartist.narod.ru/text9/19.htm#%D0%B7_03 (дата обращения: 16.04.2023).
- Федосова И.В. 2016. Формирование педагогического имиджа у будущих специалистов сферы образования. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*, 5–2(15): 162–166.
- Фролова Ю.В. 2010. Основные характеристики модели специалиста по имиджелогии в современной России. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*, 2(34): 175–179.
- Христофорова И.В., Колгушкина А.В., Александрова Н.С., Раздымаха Ю.Ю. 2011. Сущность и структура имиджа высшего образования. *Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса*, 5(1): 45–52.
- Шаруева Е.В. 2021. Организационно-педагогические условия формирования профессионального имиджа учителя в контексте стандартизации образования. *Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки*, 18(2): 101–112. DOI: [10.17673/vsgtu-pps.2021.2.8](https://doi.org/10.17673/vsgtu-pps.2021.2.8)
- Шевцова М.М. 2020. Изучение роли имиджа при подготовке будущих педагогов-хореографов. *Научно-педагогическое обозрение*, 6(34): 160–171. DOI: [10.23951/2307-6127-2020-6-160-171](https://doi.org/10.23951/2307-6127-2020-6-160-171)
- Шепель В.М. 2005. Имиджелогия: секреты личного обаяния. Ростов н/Д, Феникс, 472 с.
- Шкурко О.В. 2012. Востребованность имиджелогического знания у будущих менеджеров. *Сибирский торгово-экономический журнал*, 15: 65–69.
- Щербакова Е.В., Щербакова Т.Н. 2018. Способы формирования профессионального имиджа современного учителя. *Проблемы современного педагогического образования*, 60–1: 411–415.
- Юрин К.И. 2016. Формирование имиджа современного студента-медика. *Бюллетень медицинских интернет-конференций*, 6(1): 216.
- Ярошевский М.Г. Юревич А.В., Аллахвердян А.Г. 2000. Программно-ролевой подход и современная наука. *Вопросы психологии*, 6: 3–18.

References

- Adilova L.F. 2016. Teoreticheskie podkhody k protsessu formirovaniya imidzha [Theoretical approaches to the process of image formation]. In: Rossiya: tendentsii i perspektivy razvitiya [Russia: trends and development prospects]. Issue 11. Part 3. Ed. V.I. Gerasimov. Moscow, Publ. Institut nauchnoy informatsii po obshchestvennym naukam RAN: 625–638.
- Apraksina M.V. 2002. Teoreticheskie aspekty samoprezentatsii [Theoretical aspects of self-presentation]. In: Shepel V.M. Imidzhelogiya. Kak nraiv'tsya lyudyam [Imagelogy. How to please people]. Ed. V.M. Shepel. Moscow, Publ. Narodnoe obrazovanie. Available at: http://evartist.narod.ru/text9/19.htm#%D0%B7_06 (accessed: 16 April, 2023).



- Atamanskaya K.I. 2016a. Competence component of the professional image of the social teacher. *Newsletter of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Research*, 1(10): 82–84 (in Russia).
- Atamanskaya K.I. 2016b. Stages of formation of professional image of social educator in training. In: *Sovremennye obrazova-tel'nye tekhnologii i sistemy kontrolya kachestva prepodavaniya istoricheskikh i gumanitarnykh, sotsiologicheskikh i psikhologo-pedagogicheskikh i tekhnicheskikh dis-tsiplin v usloviyakh realizatsii FGOS [Modern educational technologies and quality control systems for teaching historical and humanitarian, sociological and psychological-pedagogical and technical disciplines in the context of the implementation of the Federal State Educational Standard]. Materials of the scientific and practical conference (Moscow – Krasnodar, March 26, 2016). Historical and Social-Educational Idea*, S1: 9–15.
- Begidova S.N., Agoshkova O.V., Manzhos L.V. 2019. Image-making characteristics of the contemporary teacher. *The Bulletin of the Adyghe State University. Series 3: Pedagogy and Psychology*, 1(233): 15–21 (in Russia).
- Valeeva O.N. 2016. Methodological basis of students' personal-professional image formation. *Professional Education in Russia and abroad*, 2(22): 152–155 (in Russia).
- Gluzman N.A. 2017. Professional image formation of a future social care teacher. *The Education and Science Journal*, 19(9): 52–69 (in Russia). DOI: [10.17853/1994-5639-2017-9-52-69](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2017-9-52-69)
- Gorchakova V.G. 2019. Imidzhelogiya. Teoriya i praktika [Imagelogy. Theory and practice]. Moscow, Publ. Yuniti-Dana, 335 p.
- Isaev I.F., Kormakova V.N., Makotrova G.V. i dr. 2022. Pedagogicheskoe obrazovanie: transformatsionnye protsessy, kompetentsii, tekhnologii [Pedagogical Education: Transformational Processes, Competencies, Technologies]. Ed. I.F. Isaev. Belgorod, Publ. ID «BelGU» NIU «BelGU», 296 p.
- Kalyuzhnyy A.A. 2004. Psikhologiya formirovaniya imidzha uchitelya [Psychology of teacher's image formation]. Ed. Yu.A. Shvets. Moscow, Publ. Gumanitarnyy izdatel'skiy tsentr VLADOS, 222 p.
- Konstantinova V.G. 2011. Fenomen imidzha v nauchnykh issledovaniyakh [Image Phenomenon in Scientific Research]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Yuvenologiya. Sotsiokinetika*, 17(4): 221–225.
- Krasnyuk L.V., Ovchinnikova L.A. 2019. Psychological aspects of formation of pedagogical image. *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, 8-2(27): 342–346. DOI: [10.26140/anip-2019-0802-0077](https://doi.org/10.26140/anip-2019-0802-0077)
- Lashkina I.A. 2022. Building a student's professional image in higher education institutions. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 77(3): 127–130.
- Lebedeva I.V., Lebedev N.E. 2022. Teacher's image as an attribute of his professional profile. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 77(3): 130–132.
- Lektorova Yu.Yu. 2017. University image design in the context of public expectations. *Perm national research polytechnic university. Sociology and Economics Bulletin*, 3: 69–86 (in Russia). DOI: [10.15593/2224-9354/2017.3.6](https://doi.org/10.15593/2224-9354/2017.3.6)
- Letina N.N. 2015. Image in the culturological discourse. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 1(2): 52–57 (in Russia).
- Lobodenko L.K., Tsyrikova N.P., Cherednyakova A.B., Lobodenko N.A. 2022. Shaping the image of academic staff in digital information and communication space. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Education. Educational Sciences*, 14(4): 30–55 (in Russia). DOI: [10.14529/ped220404](https://doi.org/10.14529/ped220404)
- Lukashenko M.A., Ozhgikhina A.A. 2019. Image of a university professor: students' views and priorities. *Higher Education in Russia*, 28 (1): 46–56 (in Russia). DOI: [10.31992/0869-3617-2018-27-12-46-56](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2018-27-12-46-56)
- Mamatova S.I. 2022. Psikhologicheskaya kul'tura kak lichnostnyy prediktor psikhologi-cheskogo blagopoluchiya [Psychological culture as a personal predictor of psychological well-being]. In: *Nauka. Kul'tura. Iskusstvo: aktual'nye problemy teorii i praktiki [Science. Culture. Art: Actual Problems of Theory and Practice]. Collection of materials of the All-Russian (with international participation) scientific and practical conference (Belgorod, February 18, 2022). Ed. N.V. Posokhova. In 5 volumes. Belgorod, Publ. BGIK Vol. 3: 356–360.*
- Morozova E.A., Sukhacheva A.V. 2017. The image of the Kemerovo state university as viewed by the academic staff. *Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic sciences*, 2(4): 22–28 (in Russia).
- Perelygina E.B. 2002. Psikhologiya imidzha [Image psychology]. Moscow, Publ. Aspekt Press, 223 p.

- Petrenko E.V. 2015. Formation of the stage image of pop singers. *Prepodavatel XXI vek*, 3-1: 108–116 (in Russia).
- Pocheptsov G.G. 2006. *Imidzhelogiya [Imagelogy]*. SPb, Publ. Relf-buk, 576 p.
- Savchenko N.V. 2019. Formation of the professional image of the future teacher in the primary school. *Balkan Scientific Review*, 3-1(3): 60–62 (in Bulgaria).
- Semenova L.M. 2009. The genesis and modern state of the problem of professional image-forming. *Tomsk State University Bulletin*, 326: 194–199 (in Russia).
- Semenova L.M. 2010. Conceptual principles of developing professional image in future public relations specialists. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser. 12. Psikhologiya. Sotsiologiya. Pedagogika*, 3: 160–169.
- Semenova L.M. 2015. Mage-making course in high school: structural informative and didactic aspects. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, 2: 28–32 (in Russia).
- Serezhnikova R.K., Vasil'ev L.G., Makarova V.A., Khachikyan E.I. 2018. The Imagecreativity of the Future Teacher as the Basis of Pedagogical Professionalism. *Scholarly Notes of Transbaikals State University. Series Pedagogical Sciences*, 13–2: 85–92 (in Russia). DOI: [10.21209/2542-0089-2018-13-2-85-92](https://doi.org/10.21209/2542-0089-2018-13-2-85-92)
- Simonova I.F. 2012. *Pedagogika imidzha [Image Pedagogy]*. SPb, Publ. Ul'tra Print, 304 p.
- Sysoeva E.Yu. 2017. The reflective analysis of image-making characteristics of a university teacher. *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, 6-4(21): 209–213 (in Russia).
- Turbovskiy Ya.S. 2002. *Filosofiya imidzhelologii [Philosophy of imageology]*. In: Shepel V.M. *Imidzhelogiya. Kak nraivit'sya lyudyam [Imagelogy. How to please people]*. Ed. V.M. Shepel. Moscow, Publ. Narodnoe obrazovanie. Available at: http://evartist.narod.ru/text9/19.htm#%D0%B7_03 (accessed: 16 April, 2023).
- Fedosova I.V. 2016. The forming of pedagogical public image of future education specialists. *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, 5-2(15): 162–166 (in Russia).
- Frolova Yu.V. 2010. Osnovnye kharakteristiki modeli spetsialista po imidzhelologii v sovremennoy Rossii [Main Characteristics of the Image Specialist Model in Contemporary Russia]. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*, 2(34): 175–179.
- Khristoforova I.V., Kolgushkina A.V., Aleksandrova N.S., Razdymakha Yu.Yu. 2011. Essence and structure of the image of higher education. *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa*, 5 (1): 45–52.
- Sharueva E.V. 2021. Organizational and pedagogical conditions of formation of teacher's professional image in the context of education standartization. *Vestnik of Samara State Technical University. Series Psychological and Pedagogical Sciences*, 18(2): 101–112 (in Russia). DOI: [10.17673/vsgtu-pps.2021.2.8](https://doi.org/10.17673/vsgtu-pps.2021.2.8)
- Shevtsova M.M. 2020. Studying the role of image for training future teachers-choreographers. *Pedagogical Review*, 6(34): 160–171 (in Russia). DOI: [10.23951/2307-6127-2020-6-160-171](https://doi.org/10.23951/2307-6127-2020-6-160-171)
- Shepel' V.M. 2005. *Imidzhelogiya: sekrety lichnogo obayaniya [Imageology: secrets of personal charm]*. Rostov n/D, Publ. Feniks, 472 p.
- Shkurko O.V. 2012. Demand imidjelogicheskogo knowledge of future managers. *Sibirskiy torgovo-ekonomicheskij zhurnal*, 15: 65–69.
- Shcherbakova E.V., Shcherbakova T.N. 2018. Methods of forming the professional image of a modern teacher. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 60-1: 411–415.
- Yurin K.I. 2016. Formirovanie imidzha sovremennogo studenta-medika [Formation of the image of a modern medical student]. *Bulletin of Medical Internet Conferences*, 6(1): 216. Available at: <http://medconfer.com/files/archive/Bulletin-of-MIC-2016-01.pdf> (accessed: 11 March, 2023).
- Yaroshevskiy M.G., Yurevich A.V., Allakhverdyan A.G. 2000. Programmno-rol'evoy podkhod i sovremennaya nauka [Role-playing approach and modern science]. *Voprosy psikhologii*, 6: 3–18.

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 25.04.2023

Поступила после рецензирования 17.05.2023

Принята к публикации 10.06.2023

Received April 25, 2023

Revised May 17, 2023

Accepted June 10, 2023



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Маматова Светлана Ильинична, старший преподаватель кафедры педагогики и методики профессионального образования, Белгородский государственный институт искусств и культуры, г. Белгород, Россия

Исаев Илья Федорович, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры педагогики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

Собянин Федор Иванович, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры теории и методики физической культуры, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Svetlana I. Mamatova, Senior Lecturer, Department of Pedagogy and Methods of Professional Education, Belgorod State University of Arts and Culture, Belgorod, Russia

Ilya F. Isaev, Doctor of Pedagogy, Professor, Professor of the Department of Pedagogy of Belgorod National Research University, Belgorod, Russia

Fedor I. Sobyenin, Doctor of Pedagogical, Professor, Professor of the Department of Theory and Methods of Physical Culture, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia