

УДК 316.6

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ИМИДЖ-ПРОФИЛЯ СТУДЕНТА ВУЗА**¹**Жеребненко О.А.**, канд. психол. наук, доцент, *oxa1976@yandex.ru*²**Вафина В.Р.**, ст. преподаватель³**Саляхутдинова Д.Р.**, педагог-психолог, *diana.salyakhutdinova@iskazan.com*¹**Белгородский государственный университет, г. Белгород, Россия**²**Казанский институт(филиал) Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста), г. Казань, Россия**³**Международная школа Казани, г. Казань, Россия**

В статье представлены результаты исследования социально-психологических особенностей имидж-профиля студента вуза в контексте субъектно-деятельностного компонента. Теоретический анализ психологических особенностей имиджа студентов вуза и результаты исследования позволили выделить перцептивные составляющие позитивного имиджа студентов вуза. Формирование имиджа происходит в определенном социальном контексте, под воздействием факторов, отражающих характеристики социальных взаимодействий и условий развития имиджа. Важным критерием успешного имиджа является: восприятие статуса - студентов вуза.

Ключевые слова: *имидж, структура имиджа, имидж-профиль, студент вуза, субъектно-деятельностный компонент имиджа, статус студентов вуза.*

В настоящее время формирование позитивного имиджа становится актуальной проблемой не только в политической и деловой сферах, но и в студенческой среде. Изучение имиджа студенчества особенно важно и актуально на сегодняшний день, когда возрастают требования к будущему профессионалу [1]. Вместе с тем изменяется и сам имидж студентов. Различные аспекты обобщенного образа студенчества закрепляются в массовом сознании в виде стереотипов. От того, каков имидж студента, как представлен образ студентов того или иного вуза в сознании общественности, во многом зависит процесс привлечения абитуриентов, реализация перспективных проектов, общее положение вуза в образовательной системе.

С целью исследования субъектно-деятельностного компонента имиджа студентам предлагалось оценить степень значимости ряда психологических и социально-психологических условий учебно-профессиональной деятельности, личностных особенностей и возможностей в развитии имиджа студентов вуза [4-6].

Ранжирование полученных результатов позволило выявить наиболее приоритетные факторы развития имиджа. К ним, прежде всего, отнесены: статусность, престижность будущей профессии; престижность вуза; престижность факультета (1-3 ранги соответственно). Высокую значимость имеют также: индивидуально-психологические особенности студентов; способность реализоваться в процессе обучения, возможность проявить себя как будущего профессионала [2]; ролевая позиция студента (4-6 ранги соответственно). Наименьшая значимость отводится бытовым условиям, ожиданиям педагогов, будущих работодателей.

Студенты вуза признали наиболее важным фактором развития успешного имиджа - престижность будущей профессии, вуза, факультета,

отведя ей приоритетное место по сравнению с личностными и качествами. Вместе с тем, большинство опрошенных студентов отметили, наряду с высокой значимостью в создании имиджа престижности вуза и факультета, способность реализоваться в процессе обучения, возможность проявления себя как будущего профессионала (табл.)

Другим аспектом в исследовании субъектно-деятельностного компонента имиджа было изучение структурно-содержательных особенностей имидж-профиля студентов вуза.

Поскольку мы выявили, что на имидж студентов влияет статус будущей профессии в обществе, то мы изучали имидж-профиль студентов различных факультетов.

На основе оценки социально-психологических особенностей личности (модифицированный вариант типологии личности по Холланду – таблица) с учетом уровня сформированности имиджа (по Е.Б Перелыгиной – таблица) мы создали имидж-профиль студента.

Таблица

Сводная таблица оценки значимости образовательной сферы в развитии имиджа студентов вуза

№	Критерии	Всегда	Почти всегда	Иногда	Индекс	Ранг
1	Индивидуально-психологические особенности личности	65%	52%	3%	1,62	4
2	Престижность факультета	71%	26%	3%	1,68	3
3	Ожидания значимых людей	18%	76%	6%	1,12	7
4	Статусность, престижность будущей профессии	42%	58%	0%	1,5	1
5	Нормы общества	6%	59%	35%	0,71	10
6	Ценностные ориентации будущих работодателей	18%	50%	32%	0,86	8
7	Способность реализоваться в процессе обучения, возможность проявить себя как будущего профессионала	88%	12%	11%	1,88	5
8	Престижность вуза	38%	56%	6%	1,32	2
9	Ролевая позиция (позиция студента)	73%	24%	3%	1,7	6
10	Условия, способствующие успешности имиджа (социальные, бытовые и др.)	41%	27%	32%	1,09	9
11	Другое	-	-	-	-	11

Имидж студентов вуза оценивается нами по трем уровням сформированности [2].

1) низкий или неприемлемый (имидж, препятствующий развитию студента);

2) средний или приемлемый (имидж соответствующий сформировавшейся Я – концепции успешного имиджа студента);

3) высокий или оптимальный (имидж, способствующий достижению студентами успешности, характеризующийся наилучшим из всех возможных в данных образовательных условиях сочетанием характеристик).

Оценка структурно-содержательных особенностей имидж-профиля студентов проводилась нами в двух направлениях: сравнительный анализ профилей студентов различных факультетов; анализ профиля с учетом уровня сформированности имиджа; выявлялись структурные элементы профиля низкого, среднего и высокого уровней.

В ходе исследования мы провели диагностику студентов различных вузов и различных специальностей основной целью которой было выявление уровня оценки того или иного имиджа с учетом специфики факультета и вуза.

По результатам нашего исследования преобладают средний и высокий уровни развития имиджа студентов. В то же время, в имидж – профиле студентов выявлены значимые различия в зависимости от особенностей условий, содержания обучения. Наиболее близкими являются профили студентов педагогического факультета и факультета социальной педагогики и психологии. Наиболее полярными являются профили студентов факультета физической культуры и спорта и физико-математического факультета. Так, по проявлению качеств: аналитический склад ума, ориентация на решение интеллектуальных задач; структурирование деятельности приоритет у студентов-физиков. По проявлению таких качеств как: энергичность, импульсивность, стремление к лидерству, предприимчивость, независимость в принятии решения, креативность, экстравертированность приоритет у студентов факультета физической культуры. По выраженности социальных умений, способности к сопереживанию значимых различий не наблюдается.

В структуре профиля наиболее информативными в плане выявления особенностей студентов различных факультетов являются социальные умения, интеллектуальные качества, стремление к лидерству, потребность в признании.

По выраженности социальных умений высокие показатели у студентов-психологов, педагогов и студентов факультета бизнеса и сервиса, а низкие у студентов-физиков и спортсменов.

В зону низкого уровня развития попадают элементы: структурированность деятельности (у студентов четырех факультетов), аналитический склад ума (у студентов двух факультетов), развитие моторных навыков (у студентов трех факультетов). Результаты исследования, представленные на графике 3, указывают на доминирование социально-приемлемого и оптимального имиджей в студенческой среде.

Предложенная модель исследования имидж-профиля студентов вуза, позволяющая определять их содержательные и структурные особенности, может быть использована в диагностической, консультативной и развивающе-коррекционной работе со студентами; в работе психологических служб вуза.

Теоретический анализ психологических особенностей имиджа студентов вуза, а также результаты нашего исследования позволили нам выделить перцептивные составляющие позитивного имиджа студентов вуза. Мы считаем, что формирование имиджа происходит в определенном социальном

контексте, под воздействием факторов, отражающих характеристики социальных взаимодействий и условий развития имиджа. Важным критерием успешного имиджа является: восприятие статуса - студентов вуза.

Это - установки аудитории и конструктивность восприятия студентов, как будущих профессионалов. Мы попытались объединить особенности перцептивных составляющих успешного имиджа студентов вуза (рис.).

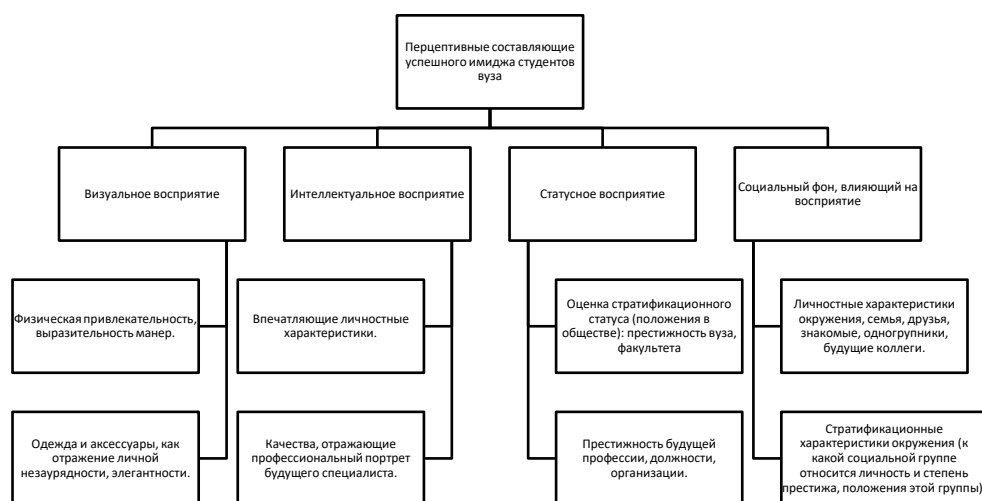


Рис. Особенности перцептивных составляющих успешного имиджа студентов вуза

Следует отметить и такое условие высокопродуктивного имиджа, как возможность реализовать себя в процессе обучения, например, студенты факультета физической культуры и спорта реализовывают себя на спортивных соревнованиях, студенты, обучающиеся изобразительному искусству, имеют возможность принимать участие в художественных выставках, где они так же будут оценены по достоинству. Одним из важных факторов развития успешного имиджа студентов является также престижность вуза, факультета и будущей профессии.

Процесс формирования имиджа включает самореализацию студентов, «приведение» своих взглядов, оценок, ценностей в соответствие с социально-приемлемыми и профессиональными ценностями. Все эти аспекты, безусловно, влияют на успешный имидж студентов вуза.

Литература

1. Петренко, В.Ф. Психосемантический анализ имиджа политических лидеров // Основы психосемантики. СПб.: Питер, 2005. С. 418-435.
2. Леонтьев, А.Н. Психология образа // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. 1996. № 3.
3. Деркач А.А. Перельгина Е.Б. Имидж как феномен intersubъектного взаимодействия; содержание и пути развития. М.: «Интеллект-Центр», 2003. 635с.
4. Muhametzyanova F.G., Krasnenkova N.S., Chukmarova L.F., Kazakov A.N., Kryukov S.A., Obukhova L.K. The Formation of Social-Psychological Competence In Professional Activity of

Subjects Two Different Groups of Bank Workers // Asian Social Science; Vol. 11, No. 1, 2015, e-Version First. С. 359-363.

5. Ibatullova Y.T., Vasyukhno I.O., Frolova A.V., Mukhametzyanova F.G., Zelenkova E.V., Sadovaya V.V. Interrelation of social and psychological adaptation and tendency to deviant behavior of students // Asian Social Science, Vol. 11, No. 2, 2015, e-Version First. С. 290-295.

6. Мухаметзянова. Ф.Г, Насыбуллин А.Р. Имидж будущего бакалавра как феномен социальной перцепции в контексте представлений студентов об имидже вуза Казанский педагогический журнал. 2015, №3(110). С. 143-147.

SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE IMAGE OF THE STUDENT OF THE HIGHER EDUCATION STUDENT

O.A. Zhrebneko¹, Cand. Sci. (Psychology.), associate professor, *oxa1976@yandex.ru*

V.R. Vafina², senior lecturer

D.R. Salyakhutdinova³, education psychologist. *diana.salyakhutdinova@iskazan.com*

¹**Belgorod State University, Belgorod, Russia**

²**Kazan Institute of the All-Russian State University of Justice, Kazan, Russia**

³**International School of Kazan, Kazan, Russia**

The article presents the results of the study of socio-psychological features of the image profile of a student in the context of a subject-activity component. Theoretical analysis of the psychological features of the image of higher professional education students and the results of the study made it possible to distinguish the perceptual components of the positive image of university students.

Formation of the image takes place in a certain social context, under the influence of factors, which reflect the characteristics of social interactions and the conditions for the development of the image.

An important criterion for a successful image is the perception of the student status.

Keywords: *image, image structure, image profile, student. subject-activity component of the image, the status of university students.*

Дата поступления 11.09.2017.