

ПСИХОЛОГИЯ

Л.Б. Кузнецова, О.А. Жеребненко

Психологические особенности имидж-профиля 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, к современному специалисту [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 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 (таблица).

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 так-

же: 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.

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

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

Другим аспектом в исследовании 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) с учетом уровня сформированности имиджа (по Е.Б Перелыгиной) мы создали имидж-профиль студента.

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;

В ходе исследования мы провели диагностику студентов различных вузов и различных специальностей, основной це-

лью которой было выявление уровня оценки того или иного имиджа с учетом специфики факультета и вуза, выявлялись структурные элементы профиля низкого, среднего и высокого уровней.

В итоге мы смогли создать имидж-профиль студентов различных факультетов и вузов.

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 спортфака. 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 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 предполагаем, 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 (рисунок).

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 также 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.



Рисунок. Особенности перцептивных составляющих
успешного имиджа студентов вуза

Список литературы

1. *Петренко, В.Ф.* Психосемантический анализ имиджа политических лидеров // Основы психосемантики. СПб.: Питер, 2005.
2. *Леонтьев, А.Н.* Психология образа [Текст] // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. 1986. № 3.
3. *Деркач, А.А., Перельгина, Е.Б.* Имидж как феномен интeрcубъектного взаимодействия; содержание и пути развития [Текст] М.: «Интеллект-Центр», 2003.