

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО СТУДЕНТА В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ

Імідж студента закладу вищої освіти - це інтегральна характеристика особистості, що включає в себе сукупність зовнішніх і внутрішніх особових якостей студента, які сприяють ефективної навчальної діяльності. Імідж студента – це також візитна картка ЗВО, тому так важливо створити правильний і вигідний образ, як особистості так і навчального закладу вцілому. Імідж – це привабливість, як зовнішня так і внутрішня. Студент – це частина сучасного суспільства, який шукає себе, своє місце в ньому, та намагається виділитись серед решти.

До вивчення проблеми іміджу студента закладу вищої освіти звертаються вітчизняні та зарубіжні дослідники. Так, О. Валеєва визначає імідж студента, як таку особистісну властивість суб'єкта, що транслює його уявлення про себе в сукупності візуальних якостей, способів поведінки, внутрішніх і зовнішніх біосоціальних характеристик в певному середовищі життєдіяльності, забезпечує оптимальну інтеграцію того, хто навчається, в соціумі і продуктивне здійснення діяльності в обраній сфері суспільної практики. З погляду дослідниці, структура іміджу студента інтегрує природообумовлені (фізичні, психофізіологічні, вікові, гендерні особливості), соціально-поведінкові (візуальний, аудіальний, ольфакторний, кінестичні образи; індивідуальний стиль життєдіяльності), професійно-статусні (рольовий діапазон, моральні, комунікативні, інтелектуальні, емоційновольові якості професіонала) компоненти.

Дослідниця Т. Довга відзначає, що сучасні студенти не лишаються осторонь змін, які відбуваються в суспільному житті. Як і переважна більшість молодих людей, вони слідкують за модою й опікуються своїм зовнішнім виглядом. У студентському середовищі переважає думка, що бути модним означає насамперед дотримуватись моди на одяг та аксесуари. Тому студенти зазвичай витрачають значні кошти на створення власного модного образу (придбання дорогого одягу, елітних парфумів, новітніх мобільних гаджетів тощо), але недооцінюють при цьому вміння одягатись правильно і зі смаком, вироблення індивідуального стилю, урахування модних тенденцій тощо. Наступна перевага надається вихованості (ввічливість, стриманість, елегантність, толерантність, терплячість, людяність, гуманність, скромність, чесність, доброзичливість, привітність, повага до старших, скромність, доброта, порядність, терпеливість). Не останньою якістю є риса позитивного іміджу студента – відповідальність (активність особистості, вмотивованість, ініціативність, наполегливість, самостійність, пунктуальність, старанність, жага до знань, рішучість). Наступним щодо позитивних рис іміджу є дисциплінованість (працелюбність, цілеспрямованість, впевненість, працьовитість, постійне навчання, допитливість, старанність, уважність, пунктуальність). Також слід акцентувати увагу на комунікабельності (взаєморозуміння, гарні манери під час розмови, гарне почуття гумору, життєрадісність, привітність, гарне мовлення, толерантність).

Дослідниця Ю. Яблонська стверджує, що студентів потрібно мотивувати до створення власного позитивного іміджу, і цей процес обумовлений такими чинниками: знанням вимог роботодавців до випускника вузу й усвідомленням студентами необхідності сформованості позитивного іміджу як компонента успішності; формуванням мотивації випускника на розвиток умінь самоіміджування з урахуванням високих стандартів професії та різноманітними сферами дійсності; проявом суб'єктної позиції студента при роботі над своїм іміджем, власним самовдосконаленням; корекцією молодими людьми способів поведінки, самооцінки, соціального статусу, прийомів спілкування (професійного, ділового, міжособистісного) по відношенню до інших на основі своєчасної самодіагностики та рефлексії.

Необхідність формування позитивного іміджу студента з соціальними очікуваннями, під якими розуміють норми та вимоги соціального оточення, які постають перед людиною на певному етапі життя і націлюють його на освоєння необхідних соціальних ролей.

Соціальні очікування включають:

- 1) усвідомлення людиною того, які форми поведінки чекають від нього інші;
- 2) передбачення можливих реакцій оточуючих на його поведінку;
- 3) прийняття людиною вимог, що пред'являються до нього в зв'язку з соціальним статусом.

Соціальні очікування мають важливе значення для процесу саморегуляції особистості. Багато хто виділяє чотири основні складові успішного іміджу студента:

- візуальне сприйняття,
- інтелектуальне сприйняття,
- статусне сприйняття,
- соціальний фон.

За цими критеріями можна оцінити студента та визначити його успішність. Але найголовніше залежить від самого студента, а саме вибір – якими будуть критерії: позитивними чи негативними. Іміджева гнучкість - здатність, уміння адаптувати свій імідж до певної ситуації; формування іміджу в залежності від зовнішніх умов, що змінюються. Іміджева статичність - прихильність індивіда до одного певного іміджу і незмінність його при зовнішніх умовах, що змінюються. Формування іміджу - процес створення свого образу, прищеплення почуття смаку і моделі поведінки. Індивідуальна позиція - це індивідуальні цінності і значення людини, його погляди і відношення до миру, норми, установки і мотиви. Приналежність до певної соціальної групи - це усвідомлення себе частиною даної соціальної групи, і, отже - це і прийняття значущих в даній групі моделей поведінки, норм. Дрес-код (dress code - кодекс одягу) - форма одягу, необхідна при відвідуванні певних заходів, організацій, закладів (наприклад - ЗВО) Стиль casual - повсякденний модний одяг, в якому робиться упор на зручність. Індивідуальність - сукупність характерних індивідуальних особливостей і властивостей, що відрізняють одного індивідуума від іншого; своєрідність психіки і особистості індивіда, її неповторність, унікальність.

Різні аспекти узагальненого образу студентства закріплюються в масовій свідомості у вигляді стереотипів, причому не тільки в свідомості самих студентів ЗВО, але і накладають відбиток на його сприйняття громадськістю. Від того, який імідж студента, як представлений образ студентів того або іншого ЗВО в свідомості громадськості, багато в чому залежить процес залучення абітурієнтів, реалізація перспективних проектів, загальне положення закладу вищої освіти в освітній системі. Для більшості студентів імідж - це спосіб самовираження і акцентування своєї індивідуальності. Вони приділяють увагу власному іміджу, це говорить про те, що власний імідж є важливою складовою їх образу загалом. Успішний студент повинен уміти себе правильно піднести, повинен бути готовим взаємодіяти з людьми, показувати свою суть відповідно до ситуації. Дуже важливо, щоб імідж був жвавим, динамічним і мінявся в залежності від ситуації, яка, є формою вираження суспільних настроїв, смаків і захоплень.

Аналіз результатів самопрезентування показав, що для основної маси студентів імідж виступає як можливість виділитися серед своїх однолітків, бажаючи підкреслити свою індивідуальність. Створюючи власний образ студенти швидше орієнтуються на модні тенденції, ніж на думку батьків і друзів. За допомогою іміджу більшість студентів виражають свою позицію, не схожу на інші.

Резюмуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що імідж на сьогоднішній день є однією з самих могутніх компонентів позиціонування себе в суспільстві, то при правильному формуванні іміджу студент може стати успішним. Для цього при створенні власного іміджу студентам необхідно більше орієнтуватися на такі чинники як - зовнішні умови (навчальний заклад, група), тим більше що здібність до іміджевої гнучкості у студентів вже є. І не варто забувати про те, що імідж студента ЗВО - це не тільки зовнішні вияви, але і внутрішні якості і

здібності, такі як - доброзичливість, упевненість в собі, невербальні комунікації (усмішка) і володіння хорошим почуттям гумору. Таким чином, студент повинен вибрати імідж ділової людини, не втративши при цьому своєї особистості. Зовнішній образ повинен гармонійно поєднуватися з внутрішніми якостями.

Список використаних джерел

1. Дзядевич Ю. В. Формування позитивного іміджу студентів у процесі професійного становлення. Педагогічні науки. Зб. наук. пр. Вип. ЛІІ. Херсон: Вид-во ХДУ, 2009. С. 270-273.
2. Подгурська Т. А. Мовна мода як ознака національного та полікультурного іміджу сучасного студента (на прикладі реалізації студентського проекту «слово року» на заняттях з української словесності). Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Сучасна україністика: наукові парадигми мови, історії, філософії»: збірник статей / За заг. ред. канд. філол. наук, проф. О. С. Черемської, д-ра філософ. наук, проф. О. М. Кузя. Харків: Видавець Іванченко І. С., 2016. С. 348.
3. Радул В. В. Соціально-професійні проблеми сучасної педагогічної науки: монографія. Харків: Мачулін, 2019. 332 с.