

Министерство образования Нижегородской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Уренский индустриально-энергетический техникум»

Исследовательская работа на тему:
«Имидж студента как фактор,
влияющий на дальнейшую
успешную карьеру»

Выполнила:
Ветошкина Екатерина Викторовна,
педагог-психолог

г. Урень

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические подходы к исследованию понятия «имидж» студента.....	5
1.1 Сущность, структура и функции имиджа.....	5
1.2 Социальный портрет современного студента.....	8
Глава 2. Анализ формирования имиджа студента на примере Уренского индустриально-энергетического техникума.....	12
2.1 Выявление уровня сформированности имиджа у студентов УИЭТ.....	12
2.2 Анализ и оценка результатов опытно-экспериментальной работы по формированию имиджа.....	12
2.3 Рекомендации по совершенствованию имиджа.....	16
Заключение.....	18
Список используемой литературы.....	19
Приложения.....	20

Введение

Актуальность исследования: В современном обществе каждый человек стремится достичь определенных высот. Идя к своей цели, он использует знания и опыт, полученные за годы обучения; связи и знакомства, накопленные ранее; личные предпочтения и пожелания. Но нельзя забывать о сопутствующих составляющих успешного человека, а именно об имидже или, как говорят по-другому, о внешнем виде. Образ успешного человека предполагает не только хороший статус в обществе, престижную работу, но и достойный внешний облик. Сегодня имиджу человека посвящено много статей, научных работ, книг и разговоров.

Говоря об имидже нужно помнить о первом впечатлении, которое мы производим на собеседника. По подсчетам психологов, первое впечатление формируется за первые семь секунд появления человека, а далее только закрепляется.

Рассматривая имидж студента – мы рассматриваем имидж всего учебного заведения в целом, считают психологи. Студент – это часть современного общества, который ищет себя, свое место, который стремится выделиться среди остальных, доказать на что он способен, показать остальным свой социальный статус, то положение, которое он хочет занимать в обществе. Но, к сожалению, показывает он в основном не за счет своих достижений, а за счет своего внешнего облика.

Теперь студенты стремятся показать свои познания не в области наук, а в знании последних новинок, марок, брендов. Как говорил Конфуций: «В древности люди учились для того, чтобы совершенствовать себя. Ныне учатся для того, чтобы удивить других». Желание «отличиться» наблюдается во всем и в первую очередь во внешнем виде.

Таким образом, студент должен выбрать имидж делового человека, не потеряв самого себя. Внешний образ должен гармонировать с внутренним содержанием. Внешность – это первое на что люди обращают внимание, но

ваша внешность должна соответствовать тому, что вы из себя представляете, иначе вы обманываете людей, показываете ложного себя. Найти себя и свой имидж не просто, но как говорил Генри Форд: «Кто боится неудач, тот ограничивает свою деятельность».

Цель исследования: изучить процесс формирования имиджа студента и разработать рекомендации по его совершенствованию.

Задачи исследования: 1) изучить теоретические подходы к исследованию понятия «имидж»;

2) рассмотреть социальный портрет современного студента;

3) проанализировать имидж студентов УИЭТ;

4) разработать рекомендации по совершенствованию имиджа.

Объект исследования: студент техникума.

Предмет исследования: имидж как фактор формирования будущей карьеры.

Гипотеза исследования: правильно и вовремя сформированный имидж будущего специалиста становится символом профессии и помогает ему добиться успеха в становлении своей карьеры.

Методы исследования: анализ литературы, анкетирование.

Глава 1. Теоретические подходы к исследованию понятия «имидж» студента

1.1 Сущность, структура и функции имиджа

До конца 80-х годов XX в. в русском языке термин «имидж» практически не использовался. Вероятно, это связано с тем, что, во-первых, в русском языке имеются аналоги этому термину – репутация, престиж, образ и др. Во-вторых, кампания за чистоту русского языка в рамках борьбы с космополитизмом (начало 50-х годов XX в.) ограничивала широкое использование иностранных слов в родном языке. В-третьих, в советской науке понятие «имидж» употреблялось исключительно в контексте критики западной буржуазной экономической системы. Имидж рассматривался как средство психологического давления на потребителя в условиях буржуазной рыночной экономики [3].

Одним из первых, кто ввел понятие «имидж» в специальную русскоязычную литературу, был О. Феофанов, который в своей работе «США: реклама и общество» (1974) рассматривает имидж как основное средство психологического воздействия рекламодателя на потребителя. Сегодня это понятие широко используется психологами, социологами, журналистами, философами, политологами и др.

В современной зарубежной и российской научной литературе встречается большое количество разноплановых определений понятия «имидж». Сложность анализа определений данного понятия связана с тем, что в этом коммуникативном пространстве работают специалисты различного профиля: журналисты, психологи, социологи, рекламисты, специалисты по маркетингу и PR и др. Каждый из них по-своему трактует имидж, исходя из своих профессиональных знаний и опыта своей практической деятельности [1].

Проанализируем некоторые определения понятия «имидж», встречающиеся в научной литературе.

Имидж – это «целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п.»

Имидж представляет собой «публичное Я человека»/

Имидж (лат. *imago, image*) – определенный образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой, зрелищем или самим индивидом»[6].

«Имидж – это... стойкое социально-психологическое образование... “имидж” является целесообразно и программно конструируемой категорией»

Имидж – это устойчивый эмоционально окрашенный образ, сложившийся в массовом сознании в результате целенаправленного смещения ракурса восприятия на социально значимые стороны объекта[9].

Как видно из приведенных определений, важнейшими характерными составляющими имиджа являются: образ, целесообразность, ориентация на какую-либо цель и соответствие его требованиям и ожиданиям целевой аудитории.

В современном информационном обществе имидж, как правило, всегда конструируется в соответствии с какой-либо целью.

Это может быть цель стать президентом страны, «поп-звездой», губернатором, лидером политической партии, президентом крупной корпорации и т. д. Поэтому можно утверждать: «нет цели – нет имиджа».

Фундаментальным свойством имиджа является его целесообразность. Деятельности человека присущ сознательный и стихийный характер. Если представление о человеке, организации, товаре формируется в результате непреднамеренной, спонтанной информации о реальном объекте, то в этом случае мы используем термин «репутация» (например, у этого инженера высокая репутация среди коллег и руководства; иначе говоря, этот человек уважаемый и авторитетный) [8].

Основные функции имиджа выделил Д.Коллинз в своей книге «Этика и этикет в бизнесе»:

1. Социальная адаптация.

Благодаря правильно подобранному имиджу возможно быстрое вхождение в конкретную социальную среду, расположение к себе людей, достижение с ними самых продуктивных и доброжелательных контактов.

2. Высвечивание лучших личностно-деловых характеристик.

Это значит подчеркнуть свои наиболее привлекательные качества, вызывая у людей доверие, симпатию и обращая их внимание на свои профессиональные достоинства.

3. Сглаживание или сокрытие негативных личностных данных.

То есть посредством одежды, прически, макияжа, хороших манер поведения отвлечь взгляд людей от собственных недостатков.

4. Концентрация внимания людей на себя.

Другими словами, умение «светиться» людям всегда обращает их внимание к тому, кто излучает неординарность и доброжелательность, а значит, они будут заинтересованы в общении и работе именно с такой личностью.

5. Расширения возрастного диапазона общения.

Это означает не замыкание личности в своем возрастном имидже, визуальное свидетельство современных манер общения и соблюдения последних тенденций моды, что позволит расширить круг контактов и успешно заниматься профессиональной деятельностью в разновозрастных социумах [11].

Таким образом, имидж – это полиметрическое явление, функционал которого разнообразен. Главное его назначение – достичь эффекта личного притяжения. Кто в полной мере владеет функциями имиджа, тому присуще такое состояние, которое называется магией расположения. Акцент на практическом значении имиджа отличает наше понимание его содержания и предназначения от зарубежных подходов.

1.2 Социальный портрет современного студента

Студенческий возраст - это особый период жизни человека. Заслуга самой постановки проблемы студенчества как особой социально-психологической и возрастной категории принадлежит психологической школе Б.Г. Ананьева.

В результате исследований, проведенных под его руководством, установлено, что в студенческом возрасте происходит дальнейшее психическое развитие человека, сложное переструктурирование психических функций интеллекта, меняется вся структура личности в связи с вхождением в новые, более широкие и разнообразные социальные общности. Изучение закономерностей развития человека в студенческом возрасте как в периоде интенсивного интеллектуального развития, формирования учебно-профессиональной деятельности, усвоения роли студента, вхождения в новую, «взрослую» жизнь позволяет говорить о психических особенностях студенческого возраста [4].

Студент (от лат. *studens*, род. падеж *studentis* — усердно работающий, занимающийся), учащийся высшего, а в некоторых странах и среднего учебного заведения. В Древнем Риме и в средние века студентами называли любых лиц, занятых процессом познания. С организацией в XII веке университетов термин «студент» стал употребляться для обозначения обучающихся (первоначально и преподающих) в них лиц; после введения учебных званий для преподавателей (магистр, профессор и др.) - только учащихся [2].

Студенчество - учащиеся высших и средних профессиональных учебных заведений. Термин «студенчество» обозначает собственно студентов как социально-демографическую группу, характеризующуюся определенной численностью, половозрастной структурой, территориальным расслоением и т.д., а также определенное общественное положение, роль и

статус; особую фазу, стадию социализации (студенческие годы), которую проходит значительная часть молодежи и которая отличается определенными социально-психологическими особенностями.

Несмотря на различия своего социального происхождения и, следовательно, материальных возможностей, студенчество связано общим видом деятельности и образует в этом смысле определенную социально-профессиональную группу. Общая деятельность в сочетании с территориальным сосредоточением порождает у студенчества известную общность интересов, групповое самосознание, специфическую субкультуру и образ жизни, причем это дополняется и усиливается возрастной однородностью, которую не имеют другие социально-профессиональные группы. Социально-психологическая общность объективируется и закрепляется деятельностью целого ряда экономических, культурно-просветительских, спортивных и бытовых студенческих организаций [7].

Студенчество, являясь составной частью молодежи, представляет собой специфическую социальную группу, характеризующуюся особыми условиями жизни, труда и быта, социальным поведением и психологией, системой ценностных ориентации. Для ее представителей подготовка к будущей деятельности в избранной сфере материального или духовного производства является главным, хотя и не единственным занятием.

Студенчество - это довольно мобильная социальная группа, его состав ежегодно меняется, так как число принимаемых в профессиональные образовательные учреждения превышает число выпускаемых специалистов.

К числу специфических особенностей студенчества следует отнести еще несколько типичных черт. Прежде всего такую, как социальный престиж. Студенчество является наиболее подготовленной, образованной частью молодежи, что, несомненно, выдвигает его в число передовых групп молодежи. Это в свою очередь предопределяет формирование специфических черт психологии студенческого возраста [5].

Другой важной особенностью является то, что активное взаимодействие с различными социальными структурами общества (молодежными, спортивными, творческими и др.), а также специфика обучения приводят студенчество к большой возможности общения. Поэтому довольно высокая интенсивность общения — это специфическая черта студенчества.

В социально-психологическом аспекте студенчество по сравнению с другими группами населения отличается наиболее высоким образовательным уровнем и профессиональной направленностью. В то же время студенчество - социальная общность, характеризующаяся социальной активностью и достаточно гармоничным сочетанием интеллектуальной и социальной зрелости. Учет этой особенности студенчества лежит в основе отношения преподавателя к каждому студенту как партнеру педагогического общения, интересной для преподавателя личности. В русле личностно-деятельностного подхода студент рассматривается как активный, самостоятельно организовывающий свою деятельность субъект педагогического взаимодействия. Ему присуща специфическая направленность познавательной и коммуникативной активности на решение конкретных профессионально ориентированных задач [13].

Характерными чертами возрастной группы (17-23 года) являются активное отношение к действительности, стремление к самопознанию, самоопределению и самоутверждению в качестве субъекта социальной жизни. Вместе с тем стремлению юношества к активному самоопределению присуща и определенная неустойчивость (в силу отсутствия достаточного жизненного опыта, неразвитости самовоспитания, «размытости» нравственных ценностей и т.д.). Она проявляется в импульсивности и разбросанности, иллюзорном и экзотическом романтизме, разочаровании и пессимизме, скептицизме и нигилизме, негативном максимализме и волевой дисгармонии [10].

Деятельность студента является своеобразной по своим целям и задачам, содержанию, внешним и внутренним условиям, средствам, трудностям, особенностям протекания психических процессов, проявлениям мотивации. Деятельность студента имеет большое социальное значение, так как она обусловлена необходимостью решения важнейшей задачи высшей школы - обеспечить подготовку специалистов для различных отраслей народного хозяйства, реализовать общественные потребности в людях с высшим образованием и соответствующим воспитанием. Студенческая деятельность в целом не относится к сфере материального производства. Основное в деятельности студента - учиться, участвовать в научной и общественной жизни, в различных мероприятиях, которые проводятся с учебной и воспитательной целью [12].

Глава 2. Анализ формирования имиджа студента на примере Уренского индустриально-энергетического техникума

2.1 Выявление уровня сформированности имиджа у студентов УИЭТ

Различные аспекты обобщенного образа студенчества закрепляются в массовом сознании в виде стереотипов, причем не только в сознании самих студентов, но и накладывают отпечаток на его восприятие общественностью. От того, каков имидж студента, как представлен образ студентов того или иного образовательного учреждения в сознании общественности, во многом зависит процесс привлечения абитуриентов, реализация перспективных проектов, общее положение техникума в образовательной системе.

В данном исследовании нами используется метод сбора социологической информации - опрос. Вид опроса - анкетирование. Выбор вида исследования вытекает из поставленных цели и задач. Процентное соотношение ответивших показано в сводной таблице с результатами исследования (см. Приложение).

2.2 Анализ и оценка результатов опытно-экспериментальной работы по формированию имиджа

Исследование было проведено среди студентов ГБПОУ Уренского индустриально-энергетического техникума. Было опрошено 50 человек, среди них 33 юноши и 17 девушек. Исследование проводилось в виде анкетирования.

По результатам проведенного опроса выявлено, что для 65,63% студентов имидж - это способ самовыражения и акцентирования своей индивидуальности (Приложение Диаграмма 1). Результаты анкетирования показали, что большинство студентов техникума уделяют внимание собственному имиджу, т.к. на вопрос «Вы следите за своим имиджем?» положительно ответили 62,5% опрошенных (Приложение Диаграмма 2).

39,06 % опрошенных целенаправленно занимаются формированием своего имиджа, тщательно продумывают все детали своего образа. Такой же процент опрошенных считают, что продумывать свой имидж необходимо лишь в определенной ситуации. И лишь у 18,75% имидж формируется стихийно, они не задаются целью его построения (Приложение Диаграмма 3). Большинство юношей (28 из 33) считают, что имидж формируется естественным путем. Девушки же чаще задумываются о том, как они выглядят и какое впечатление производят.

Студентам свойственно проявлять имиджевую гибкость, менять его в зависимости от обстоятельств. Динамичность своего имиджа подчеркивают 78,13% опрошенных. Остальные 15,63% склонны к статичности (Приложение Диаграмма 4).

Многие респонденты (78,13%) отдали предпочтение современному и удобному стилю casual. 9,38% предпочитают универсальный и удобный спортивный стиль. Примерно равный процент (10,94%) опрошенных выбрали сочетание нескольких стилей. И лишь 1,56% выбрали классический (Приложение Диаграмма 5).

Выбирая себе образ студент в первую очередь должен быть собой, так считают 45,31 % респондентов. Равно как и следовать современным тенденциям моды (35,94%). И лишь 6,25% считают, что в учебном заведении предпочтительнее официально-деловой стиль. Главным фактором подбора одежды респонденты считают моду (59,38%). Но так же важным условием является и удобство (25%). 6,25% придают особое значение практичности, 3,13% - универсальности. 4,69 % считают, что подбирать одежду нужно исходя из своего внутреннего мира и настроения (Приложение Диаграмма 8).

Помимо внешнего вида респонденты выделяют такие составляющие формирования имиджа студента, как хорошее чувство юмора, улыбка, уверенность в себе, красивая и правильная речь. Но главным качеством считают дружелюбность (90,63%) (Приложение Диаграмма 7).

Необходимым условием имиджа является проявление индивидуальности, обусловленное выбранной специальностью, как считает 56,25% опрошенных. Не меньшее количество респондентов считают, что успешный студент должен уметь себя правильно преподнести, должен быть готов взаимодействовать с людьми, показывать свою сущность в соответствии с ситуацией. Оставшиеся подчеркивают важность подбора одежды, аксессуаров, гармонии внешнего и внутреннего мира и проявление индивидуальности.

Большая часть опрошенных (67,19%) считают, что определяющим фактором в восприятии однокурсников является именно внешний облик. Как отмечают сами студенты, значительную роль в формировании имиджа играет одежда (89,06%) (Приложение Диаграмма 6). В современных условиях стиль одежды, принятый для учебных заведений, достаточно свободен. Однако следует учитывать, что занятие в техникуме - это сфера общения между разными поколениями, и социальными слоями общества. Ни одна деталь имиджа не должна вызывать негативные ассоциации. Одежда студента должна соответствовать сезону, характеру учебного занятия и рабочей ситуации.

Неприемлемо носить в техникуме открытую одежду (с этим солидарны 40% опрошенных студентов). А 100% опрошенных юношей считают, что открытая одежда однокурсников отвлекает от учебного процесса.

Формируя собственный имидж не стоит ограничиваться только внешним обликом. Важными факторами в формировании положительного восприятия однокурсников также являются такие составляющие имиджа как:

- 1) хорошее чувство юмора (так считают 67, 19% опрошенных)
- 2) улыбка (75% опрошенных)
- 3) уверенность в себе (73,44%)
- 4) дружелюбность (90, 63%) (Приложение Диаграмма9).

Созданный вами и доведенный до совершенства облик должен существовать без отрыва от вашего собственного «Я». Так 56,25%

опрошенных считают, что внешний облик успешного студента подразумевает проявление индивидуальности, как ведущую роль будущего специалиста (Приложение Диаграмма 10).

Студенты техникума довольно часто встречают однокурсников, одетых не по ситуации (68,75% опрошенных). А ведь очень важно, чтобы имидж был подвижным, динамичным и менялся в зависимости от ситуации, которая, является формой выражения общественных настроений, вкусов и увлечений (также считают 32,81% опрошенных).

На основе полученных результатов анкетирования, выявления уровня сформированности имиджа студентов, можно сделать следующие выводы, что, сам студент не достаточно осознает роль и значение индивидуального имиджа как фактора становления его профессионализма, что подтверждается в ходе социологического опроса. Это обусловлено, тем, что в системе профессионального образования студент стихийно и самостоятельно приобретает теоретические и практические знания о создании, поддержании, оптимизации индивидуального имиджа. Зачастую он остается один на один с проблемой формирования представления о себе, и решается эта проблема прохождением длительного эмпирического пути, методом проб и ошибок. Целенаправленно ни один из общественных институтов (семья, школа, вуз, профессиональное сообщество и т.п.) не занимается этой проблемой. Студент почти всегда самостоятельно создает средства получения такого рода знаний, которые позволяют выстраивать свой индивидуальный имидж (не всегда позитивный) в личностной, социальной и профессиональных сферах.

Полученные выводы актуализируют необходимость переосмысления и корректирования концептуальных положений исследуемой проблемы в контексте значимости цели и функционала индивидуального имиджа студента в целях становления профессионализма будущего специалиста.

2.3 Рекомендации по совершенствованию имиджа

Психологические исследования показывают, что, находясь в группе, человек ведет себя совсем не так, как оставаясь наедине с собой. В присутствии других людей у одних из нас повышается активность, ускоряется реакция и возрастает скорость мышления, у других, наоборот, преобладают тенденции к торможению. Очевидно, что внимание и оценки группы выступают сильнейшими регуляторами поведения людей. Таким образом, надо уметь формировать положительный имидж, не потеряв самого себя. И здесь важную роль играет способ, который помогает найти себя и свой имидж. Поэтому необходимо учитывать следующие элементы имиджа:

1. Умение общаться с окружающими, быть контактной личностью.
2. Занимать активную позицию в жизни (в противовес замкнутой, закрытой манеры самопроявления).
3. Проявлять отзывчивость и доброжелательность (в противовес безразличию или агрессивности).
4. Уметь быстро реагировать на окружающие события и явления, демонстрировать сообразительность;
5. Демонстрировать способность мыслить и излагать свои мысли в хорошем логическом формате (в противовес сбивчивому мышлению и неупорядоченной речи).
6. Формировать позитивный внешний облик, манеры поведения.
7. Реализация общих внешних данных, полученных от рождения и частично сформированных путем физических упражнений (стиль фигуры и лица, рост, цвет волос и глаз, форма рук и ног).
8. Выражение лица, мимики (приветливое, доброжелательное, легко реагирующее на внешний мир; или же замкнутое, нахмуренное, абсолютно индифферентное).
9. Стиль взгляда (работа глаз).
10. Умение улыбаться, тип улыбки.

11. Принимаемая поза, движение корпуса, жестикуляция (во время заслушивания лекций, при выступлениях с докладами, в процессе разговора с окружающими).

12. Пространственное расположение личности (в аудитории на занятии, при разговоре с преподавателем или коллегами-студентами).

13. Тип одежды и ее цветовое решение (мягко-приветливые линии и цвета или же угловато-мрачные).

Заключение

Современное студенчество, несмотря на многие сложившиеся в последние годы негативные тенденции в обществе, сохраняет присущий ему творческий потенциал, веру в добро и в людей, готовность служить российским идеалам гуманизма, культуры, образования и науки.

Сегодня, когда происходят изменения в общественном сознании, во взглядах на мир и месте в нем человека его общественно-политического, духовно-нравственного, ценностно-ориентированного отношения к окружающей социально-культурной среде, задачей государства становится формирование новых идеалов, культурных ценностей, социально-значимых интересов, которые всегда были и остаются основными устоями жизни человеческой цивилизации.

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 техникума. Работа студента над собой уже предполагает возможность проявления себя как будущего профессионала, умеющего грамотно выстраивать свой профессиональный имидж.

В процессе обучения у студентов необходимо начать формирование профессионального имиджа, так как суть образования сводится не только к передаче и получению знаний, но включает и приобретение профессиональной позиции обучающегося. Положительный профессиональный имидж поможет обучающемуся чётче увидеть себя в профессии, усвоить необходимые для неё личностные, социально-психологические и профессиональные качества. Студент со сформированным профессиональным имиджем будет усваивать знания и новую информацию более осмысленно и мотивированно.

Список используемой литературы

1. Бороздина Г.В.: Психология делового общения. - М.: ИНФРА-М, 2008
2. Ижаева З.А. Социально-психологические характеристики современного студента - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.ncfu.ru/uploads/doc/izhaeva_zh_starceva_jus.pdf
3. Калюжный А.А. Особенности построения профессионального имиджа // Вестник Государственного университета управления. Серия Социология и управление персоналом. - № 3. - М., ГУУ, 2006. - С. 59-63.
4. Кон И.С. Психология ранней юности. - М.: Просвещение, 1989. - 256с.
5. Кулагин, И.Ю. Возрастная психология: Полный жизненный цикл развития человека [Текст] / И.Ю. Кулагин. – М., 2001.
6. Макаревич Э.Ф. Имидж в современном мире / Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин // Соц.-гуман. знания. - 2012. - №3. - С.39-59.
7. Мудрик А.В. Социализация человека: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 304 с
8. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехники. - Москва 2007. - 276 с.
9. Панфилова А.П. Имидж делового человека. - Знание, ИВЭСЭП; 2007 - 490 с.
10. Педагогика и психология высшей школы: Учебное пособие. - Ростов н/Д.: Феникс, 2002. - 544 с.
11. Рабинович, Л.А. Имидж человека и организации / Л. А. Рабинович. - Иркутск: Свет, 2009. - 198 с.
12. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии [Текст]/ С.Л. Рубинштейн. –СПб.: Питер, 2000.
13. Столяренко Л.Д. Основы психологии. — Ростов н/Д.: Феникс, 2000. — 648 с.

Анкета

Уважаемый респондент! Просим Вас принять участие в социологическом исследовании на тему «Отношение студентов к созданию собственного имиджа», которое проводит студентка ГБПОУ УИЭТ Булатова Наталья, с целью выявления отношения студентов к данной проблеме. Анкетирование проводится анонимно, результаты будут использованы в обобщенном виде. Отвечая на вопросы, пожалуйста, выберите один вариант ответа, пометив его любым символом.

1. Имидж для Вас:
 - 1 - способ самовыражения, акцентирования своей индивидуальности
 - 2 - определяет принадлежность к определённой группе
 - 3 - не имеет значения
 - 4 - отражение условий, в которых вы находитесь
 - 5 - Ваш вариант _____
2. Вы следите за своим имиджем?
 - 1 - да
 - 2 - имидж для меня неважен
 - 3 - в зависимости от ситуации
3. Вы формируете свой имидж целенаправленно?
 - 1 - да, я тщательно продумываю все детали моего имиджа
 - 2 - нет, это происходит естественно, мне не приходится задаваться такой целью
 - 3 - в определённых ситуациях да, а в определённых не уделяю внимания формированию собственного имиджу
 - 4 - затрудняюсь ответить
4. Вы склонны менять свой имидж в зависимости от жизненной ситуации?
 - 1 - нет, я всегда остаюсь верен одному своему имиджу
 - 2 - да, когда ситуация изменяется моё поведение и внешний вид соответственно становятся другими
 - 3 - затрудняюсь ответить
5. Какой стиль в одежде Вы предпочитаете?
 - 1 – casual (повседневный стиль)
 - 2 - спортивный
 - 3 - классический
 - 4 - Ваш вариант _____
6. Вы обращаете внимание на то, как одеты Ваши однокурсники?
 - 1 - да
 - 2 - нет
 - 3 - затрудняюсь ответить
7. Что привлекает Вас больше всего во внешнем виде окружающих?
 - 1 - внешний облик
 - 2 - улыбка
 - 3 - умение себя преподнести
 - 4 - Ваш вариант _____
8. Как вы относитесь к студентам, которые выглядят необычно?
 - 1 - положительно
 - 2 - не приветствую (отрицательно)
 - 3 - равнодушно
 - 4 - затрудняюсь ответить
9. Вас отвлекает от учёбы несоответствующий внешний вид ваших однокурсников?
 - 1 - да (допишите что именно) _____

2 - нет

10. По Вашему мнению приемлемо носить в техникуме открытую одежду? (короткие юбки, шорты, глубокие декольте, топы, открывающие живот)

1 - да

2 - нет

3 - не могу ответить однозначно

11. Часто Вы встречаете в вашем техникуме людей, одетых не по ситуации?

1 - да, довольно часто

2 - нечасто

3 - редко

4 - не встречаю таких

12. Существует ли необходимость создания дресс-кода в техникуме?

1 - да

2 - нет

3 - не могу ответить однозначно

13. Чем Вы руководствуетесь при подборе одежды?

1 - удобство

2 - универсальность

3 - практичность

4 - по советам друзей, родителей

5 - новинки сезона

6 - Ваш вариант _____

14. Какие факторы, кроме внешнего вида, формируют у Вас положительное восприятие ваших однокурсников? (можно выбрать несколько вариантов)

1 - хорошее чувство юмора;

2 - когда часто и охотно говорят комплименты;

3 - улыбка;

4 - уверенность в себе;

5 - красивая, правильная речь;

6 - эмоциональность речи (активная жестикуляция);

7 - дружелюбность

8 - знание норм этикета и их выполнение

9 - Ваш вариант _____

15. Что на Ваш взгляд подразумевает внешний облик успешного студента?

1 - гармония внешнего и внутреннего мира

2 - проявление индивидуальности, как ведущая роль будущего управленца

3 - умение подать себя, а также готовность и желание взаимодействовать с людьми, показать свою сущность в соответствии с ситуацией

4 - умение подобрать одежду, прическу, аксессуары, а также, гармония внешнего и внутреннего мира и проявление индивидуальности

16. Ваш пол?

1 - мужской

2 - женский

Спасибо за сотрудничество!

Сводная таблица

Вопрос (1)	Ответ (2)	Кол-во студентов (3)	% по кол-ву (4)	юноши, % (5)	девушки, % (6)
1. Имидж для Вас:	1 - способ самовыражения, акцентирования своей индивидуальности	32	65, 63	0,00	80,77
	2 - определяет принадлежность к определённой группе	4	6,25	0,00	7,69
	3 - не имеет значения	6	12,50	66,67	0,00
	4 - отражение условий, в которых вы находитесь (например условий обучения)	8	15,62	33,33	11,54
	5 - Ваш вариант	0	0,00	0,00	0,00
2) Вы следите за своим имиджем?	1 – да	34	62,50	16,67	73,08
	2 - имидж для меня неважен	8	18,75	66,67	7,69
	3 - в зависимости от ситуации	8	18,75	16,67	19,23
3) Вы формируете свой имидж целенаправленно?	1 - да, я тщательно продумываю все детали моего имиджа	21	39,06	0,00	48,08
	2 - нет, это происходит естественно, мне не приходится задаваться такой целью	8	18,75	83,34	3,85
	3 - в определённых ситуациях да, а в определённых не уделяю внимания формированию собственного имиджу	21	39,06	16,67	44,23
4) Вы склонны менять свой имидж в зависимости от жизненной ситуации?	1 - нет, я всегда остаюсь верен одному своему имиджу	7	15,63	58,33	1,92
	2 - да, когда	40	78,13	16,67	92,30

	ситуация изменяется моё поведение и внешний вид соответственно становятся другими				
	3 - затрудняюсь ответить	3	6,25	25,00	5,77
5) Какой стиль в одежде Вы предпочитаете?	1 – casual	42	78,13	16,67	92,30
	2 - спортивный	3	9,38	41,67	1,92
	3 - классический	1	1,56	0,00	1,92
	4 - сочетание нескольких стилей	4	10,94	41,67	3,85
6) Вы обращаете внимание на то, как одеты Ваши однокурсники?	1 – да	44	89,06	41,67	100,00
	2 – нет	5	9,38	50,00	0,00
	3 - затрудняюсь ответить	1	1,56	8,33	0,00
7) Что привлекает Вас больше всего во внешнем виде окружающих?	1 - внешний облик	35	67,19	41,67	73,08
	2 – улыбка	8	17,19	25,00	15,38
	3 - умение себя преподнести	5	12,50	33,33	7,69
	4 - Ваш вариант: гармоничность	2	3,13	0,00	3,85
8) Как вы относитесь к студентам, которые выглядят необычно?	1 - положительно	5	10,94	8,33	11,54
	2 - не приветствую (отрицательно)	8	18,75	75,00	5,77
	3 - равнодушно	36	68,75	16,67	80,77
	4 - затрудняюсь ответить	1	1,56	0,00	1,92
9) Вас отвлекает от учёбы несоответствующий внешний вид ваших однокурсников?	1 - да: чрезмерно открытая одежда (декольте, короткие юбки и т.д.)	12	23,44	100,00	5,77
	2 – нет	38	76,56	0,00	94,23
10) По Вашему мнению приемлемо носить в техникуме открытую одежду?	1 –да	10	20,31	8,33	23,08
	2 - нет	32	62,50	41,67	67,31
	3 - не могу ответить однозначно	8	17,19	50,00	9,62
11) Часто Вы встречаете в вашем техникуме людей, одетых не по ситуации?	1 - да, довольно часто	34	68,75	41,67	75,00
	2 - нечасто	6	12,50	25,00	9,62
	3 - редко	9	17,19	33,33	13,46
	4 - не встречаю таких	1	1,56	0,00	1,92
12) Существует ли необходимость создания дресс- кода в техникуме?		8	14,06	41,67	7,69
	1 – да				
	2 - нет	39	79,69	33,33	90,38

	3 - не могу ответить однозначно	3	6,25	25,00	1,92
13) Чем Вы руководствуетесь при подборе одежды?	1 - удобство	11	25,00	83,33	11,54
	2 - универсальность	2	3,13	0,00	3,85
	3 - практичность	4	6,25	16,67	3,85
	4 - по советам друзей, родителей	1	1,56	0,00	1,92
	5 - новинки сезона	29	59,38	0,00	73,08
	6 - своим внутренним миром и настроением	3	4,69	0,00	5,77
14) Какие факторы, кроме внешнего вида, формируют у Вас положительное восприятие ваших однокурсников?	1 - хорошее чувство юмора	34	67,19	100,00	59,62
	2 - когда часто и охотно говорят комплименты	4	7,81	0,00	9,62
	3 - улыбка	37	75,00	75,00	75,00
	4 - уверенность в себе	36	73,44	58,33	76,92
	5 - красивая, правильная речь	11	21,88	8,33	25,00
	6 - эмоциональность речи (активная жестикуляция)	5	9,38	0,00	11,54
	7 - дружелюбность	45	90,63	83,33	92,31
	8 - знание норм этикета и их выполнение	6	12,50	0,00	15,38
	9 - искренняя доброта	3	6,25	0,00	7,69
15) Что на Ваш взгляд подразумевает внешний облик успешного студента?	1 - гармония внешнего и внутреннего мира	2	3,13	16,67	0,00
	2- проявление индивидуальности, как ведущая роль будущего управленца	27	56,25	75,00	51,92
	3- умение подать себя, а также готовность и желание взаимодействовать с людьми, показать свою	16	32,81	8,33	38,46

	сущность в соответствии с ситуацией				
	4 - умение подобрать одежду, прическу, аксессуары, а также, гармония внешнего и внутреннего мира и проявление индивидуальности	5	7,81	0,00	9,62
16) Ваш пол?	1 - мужской	33	66	100,00	0,00
	2 - женский	17	34	0,00	100,00

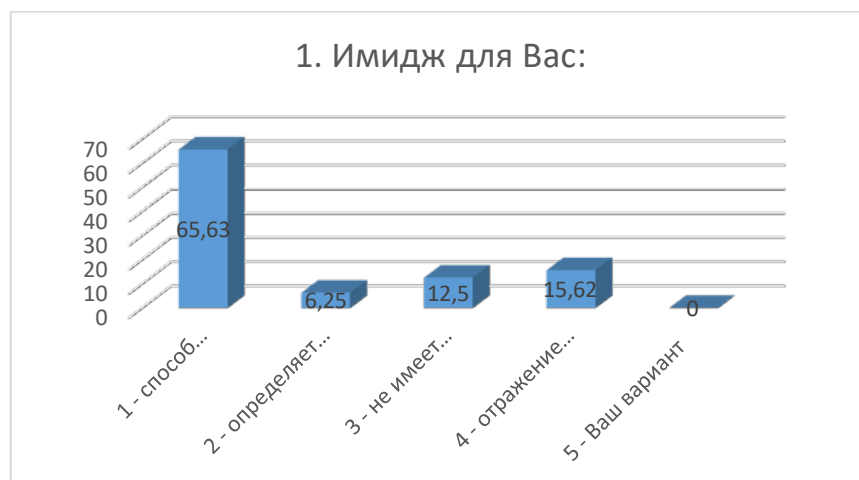


Диаграмма 1

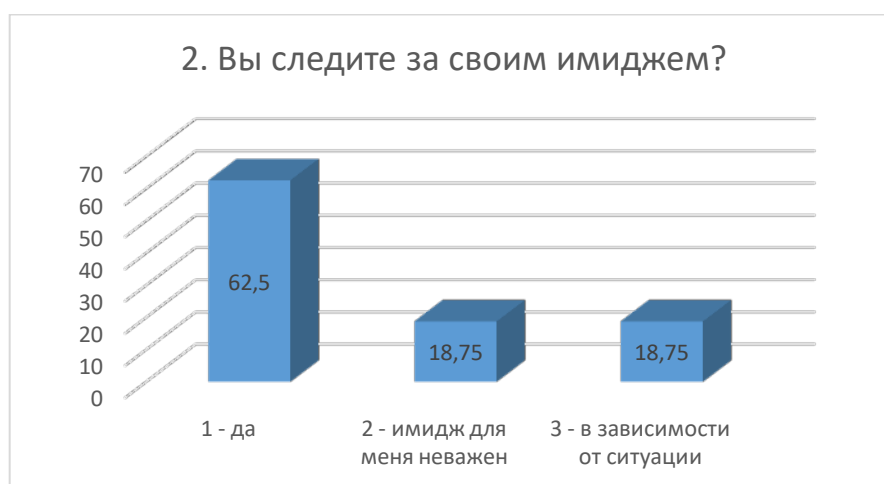


Диаграмма 2

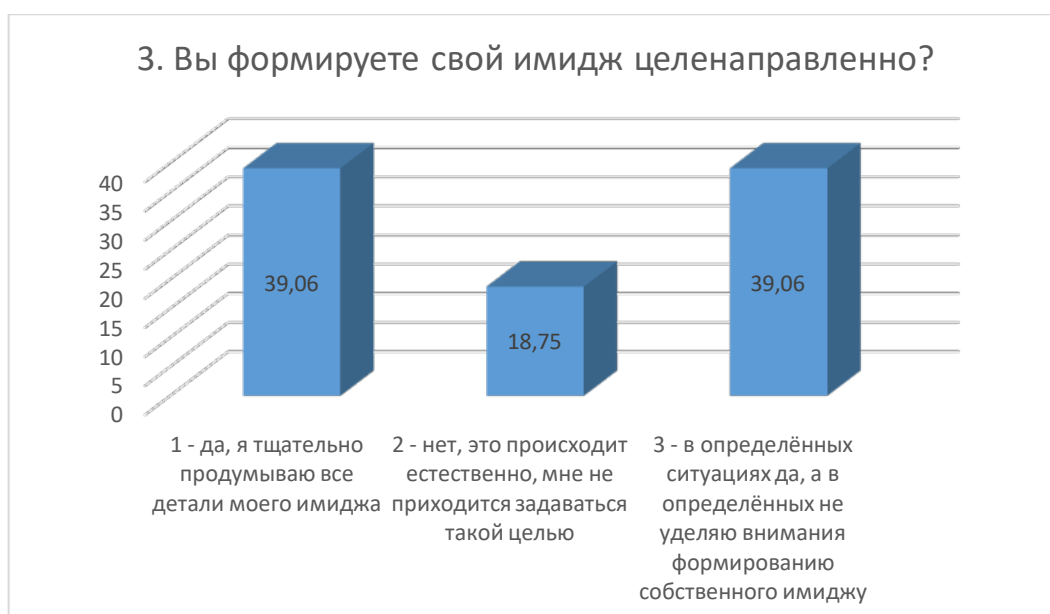


Диаграмма 3



Диаграмма 4

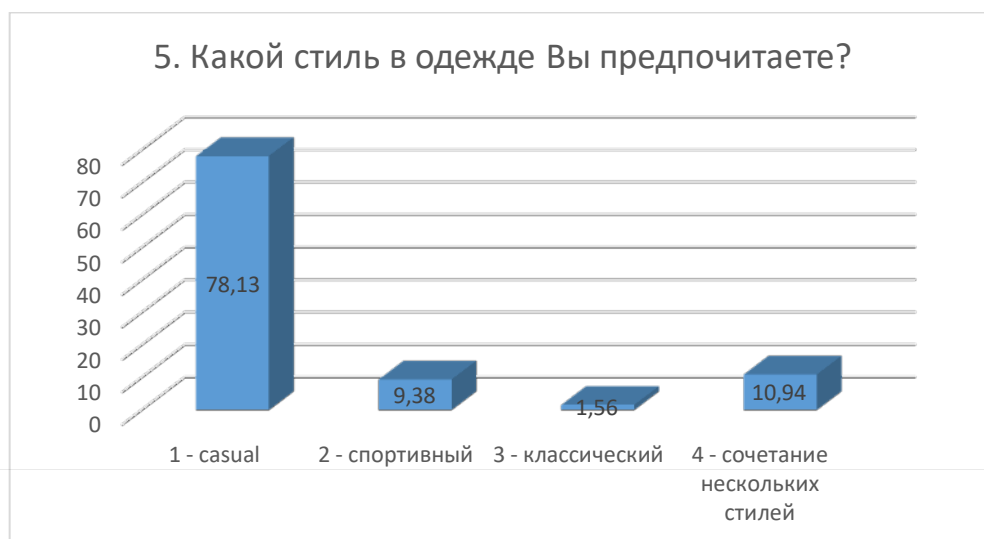


Диаграмма 5



Диаграмма 6



Диаграмма 7



Диаграмма 8

14. Какие факторы, кроме внешнего вида, формируют у Вас положительное восприятие ваших однокурсников?

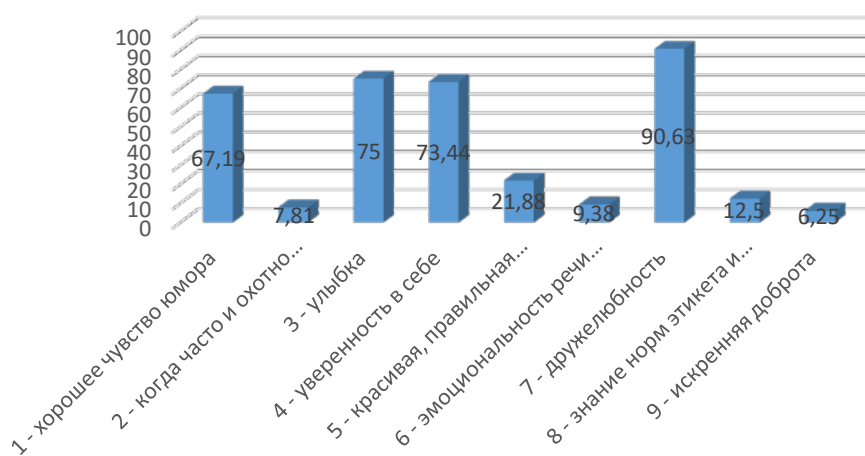


Диаграмма 9

15. Что на Ваш взгляд подразумевает внешний облик успешного студента?

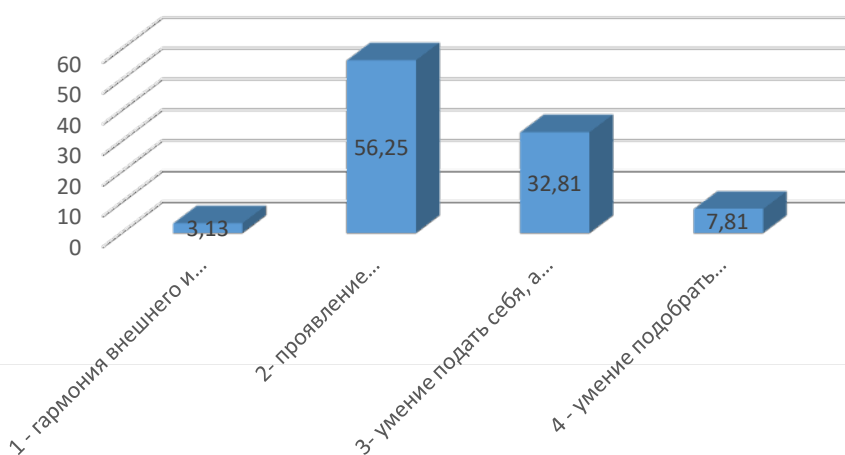


Диаграмма 10