

Педагогика и просвещение

Правильная ссылка на статью:

Андреева Е.В. — Системный подход в изучении имиджа современных студентов // Педагогика и просвещение. – 2023. – № 4. – С. 98 - 111. DOI: 10.7256/2454-0676.2023.4.69113 EDN: TBVMTI URL:  
[https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=69113](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=69113)

## Системный подход в изучении имиджа современных студентов

Андреева Елена Васильевна

кандидат педагогических наук

доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма Института языков и культуры народов Северо-Востока, Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова

677000, Россия, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Белинского, 58

✉ klio\_e@mail.ru



[Статья из рубрики "Современные стратегии и модели образования"](#)

**DOI:**

10.7256/2454-0676.2023.4.69113

**EDN:**

TBVMTI

**Дата направления статьи в редакцию:**

22-11-2023

**Дата публикации:**

29-11-2023

**Аннотация:** Объектом исследования является имидж студента профессионального учебного заведения (вуза). Предметом исследования является использование системного подхода в изучении процессов формирования и развития имиджа студентов. Целью исследования было определить место имиджа в системе профессионального образования, его функцию, выявить факторы, обеспечивающие процесс формирования и развития имиджа студента. Исследование было проведено на базе кафедры социально-культурного сервиса и туризма Института языков и культуры народов Северо-Востока РФ СВФУ им. М. К. Аммосова. На основе положений теории систем Т. Парсонса и структурно-функционального анализа, результатов исследований отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования имиджа подростков, молодежи, в том числе в процессе обучения, автор рассматривает профессиональное образование как

социальную систему, в которой имидж студента выполняет несколько функций. В работе применены как теоретические, так и эмпирические методы, позволившие разработать модель имиджа студента профессионального образовательного учреждения, обобщить результаты проведенного исследования по изучению имиджа студентов Северо-Восточного федерального университета. Новизна исследования состоит в том, что была разработана модель имиджа студента профессионального учебного заведения, на основе которой проведено изучение структуры имиджа студентов высшего учебного заведения, процессов, которые происходят внутри имиджа как системы, условий и факторов, определяющих изменения в структуре имиджа. На основе проведенного исследования сделаны выводы о том, что имидж студентов является подсистемой социальной системы профессионального образования, одновременно выступая механизмом ее сохранения, а также самостоятельной системой, генерирующей изменения внутри себя, что обеспечивает ее сохранность, равновесность и единство. Условием сохранения имиджа как системы является изменение структуры имиджа, которое происходит в образовательной среде вуза за счет интеграции разнообразных видов учебной, научной, проектной и организационной деятельности.

**Ключевые слова:**

Профессиональное образование, Системный подход, Теория систем, Система, Подсистема, Социальная система, Имидж, Имидж студента, Структура имиджа, Образовательная среда

**Предмет исследования.** Современное общество требует работника, который кроме высокопрофессиональных качеств обладает высоким интеллектом и уровнем культуры, способностью к установлению деловых контактов, умением брать на себя ответственность за результаты своего труда, демонстрирующий уверенность, компетентность и стрессоустойчивость. Позитивный имидж, который транслирует работник, становится инструментом успешности, профессионального роста. В этой связи оправданным становится обращение отечественной педагогической науки и исследовательской практики к понятию имиджа, условиям и факторам его формирования в процессе обучения, профессионального образования. Интерес к имиджу актуализируется реалиями сегодняшнего дня, когда профессиональное образование становится частью экономической системы общества, и эффективность образовательного учреждения оценивается государством и обществом не только по количеству и качеству подготовленных специалистов, но и по финансовым показателям. В системе профессионального образования позитивный имидж учебного заведения, преподавательского состава, студентов играет не последнюю роль в привлечении абитуриентов, финансировании научных исследований, получении грантов.

История педагогики свидетельствует о том, что образ человека, гражданина формируется в контексте исторических, политических, экономических особенностей общества. Философская традиция формирует образ, который необходим обществу, продуктивен с точки зрения политического, исторического развития на данном этапе, а педагогическая традиция воплощает данный образ в реальном человеке. На любом этапе развития общества формируется нравственный образ – идеал, эталон, в одних случаях, в других случаях – образ мыслей, действий человека в обществе, образ мира, и этот процесс является исторически, социально, психологически обусловленным и происходит параллельно с социально-экономическим развитием общества. Понятие

образа и имиджа схожи, но не тождественны. Имидж – это результат целенаправленной и сознательной деятельности, тогда как образ формируется спонтанно. Образ становится имиджем, когда его конструируют специально [1]. В нашем исследовании нас интересует именно имидж в контексте его формирования и развития у студентов вуза.

Формирование имиджа студентов происходит в процессе обучения. Обучение в широком смысле – это процесс изменения состояния личности как системы, включающий приобретение новых способов видения, желания и оценивания действительности [2]. Обучение профессии осуществляется в системе профессионального образования, которая характеризуется сложностью, многогранностью, целостностью и рассматривается нами как социальная система, так как организована в обществе. Социальная система – сложноорганизованное, упорядоченное целое, включающее отдельных индивидов и социальные общности, объединенные разнообразными связями и взаимоотношениями.

В науке методом, позволяющим анализировать объекты, имеющие множество взаимосвязанных элементов, объединенных общностью функций и цели, единством управления и функционирования, является системный подход.

Исследователями системы (Р. Мертон, Т. Парсонс, П. А. Сорокин и др.) были сформулированы принципы системного подхода:

- целостность, позволяющая рассматривать систему одновременно как единое целое и, в то же время, как подсистему других систем;
- наличие множества элементов, расположенных на основе иерархического подчинения;
- структуризация, позволяющая анализировать элементы системы и их взаимосвязи в рамках конкретной организационной структуры;
- множественность, позволяющая использовать множество кибернетических, экономических и математических моделей для описания отдельных элементов и системы в целом.

Широкое применение системный подход находит при анализе социальных систем.

Один из основоположников теории систем и структурно-функционального анализа Талкотт Парсонс выделил основные единицы социальной системы, которыми являются:

- акт как часть процесса взаимодействия между акторами, ориентированный на акторов как на объекты;
- статус-роль, определяющая размещение актора в системе относительно других акторов;
- актор как сложный узел статусов и ролей;
- коллектив, существующий как актор и как объект [2, с. 97-98].

Поддержание и развитие системы, по Т. Парсонсу [3], обусловлено наличием и удовлетворением потребностей актора, реализующихся в различных ее подсистемах.

**Цель исследования.** Вышесказанное актуализировало цель исследования – на основании системного подхода определить место и функцию имиджа студента в социальной системе профессионального образования, изучить процесс формирования и развития имиджа студента университета как самостоятельную систему, выявить факторы,

влияющие на процесс развития имиджа студента как элемента социальной системы профессионального образования.

**Методы и материалы исследования.** Теоретическую основу нашего исследования составили труды Т. Парсонса по теории социальных систем, структурно-функционального анализа; результаты научных исследований отечественных и зарубежных ученых, изучающих феномен имиджа в образовательном учреждении, в социуме, в подростковой и молодежной среде. Эмпирической основой исследования явилась разработка модели имиджа студента профессионального образовательного учреждения, обработка результатов опроса студентов Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. Исследование было организовано и проведено на базе кафедры социально-культурного сервиса и туризма Института языков и культуры народов Северо-Востока РФ в 2020-2023 гг. В исследовании приняли участие студенты направления «Сервис» первого и второго курсов 2020 и 2021 годов поступления.

### **Результаты исследования.**

Исследователями термин имидж интерпретируется довольно широко и подчас противоречиво. Так, словари (философский, толковый, педагогический) трактуют понятие имиджа, как:

- образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения, способствующие воздействию на окружающих;
- внешний образ, создаваемый субъектом, с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других;
- совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему;
- целенаправленно формируемый образ лица, явления или предмета, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и пр.;
- систему ролей, которые субъект играет в своей жизни и деятельности, дополненную индивидуальными особенностями (интеллект, внешние данные, одежда и т. п.).

Обобщив трактовки, отметим, что понятие имиджа связывают, как с визуальным образом, внешней привлекательностью, комплексом свойств и качеств личности, так и с формой отражения индивида, группы или организации в сознании людей (целенаправленной или стихийной).

Похожие трактовки в той или иной интерпретации находим у отечественных исследователей и при определении имиджа студентов. Имидж молодого человека, студента трактуется как:

- интегральная характеристика, включающая в себя совокупность внешних и внутренних социально-психологических, перцептивных составляющих личности обучающегося (визуальная, интеллектуальная, статусная, социальная перцепция) [4];
- жизненные и профессиональные приоритеты и ценности обучающихся, формы проведения досуга и стиль жизни в целом [5];
- определенная личностная особенность молодых людей, маска, логотип, в совокупности

дающие синергетический эффект [\[6\]](#);

- эффективный инструмент формирования психологического притяжения – атракции [\[7\]](#);
- эффективное средство наращивания символического капитала, идентификации, самоидентификации и самопрезентации, в том числе, в будущей профессии [\[8\]](#);
- особая совокупность знаков, являющаяся мотивационным условием, формирующим соответствующее отношение и актуализирующее потребность в совершении (или не совершении) тех или иных действий, поступков [\[9\]](#);
- социальное явление, выполняющее функцию позиционирования и мотивации на желаемые ответные действия и планомерное выстраивание образа [\[10\]](#).

Таким образом, мы видим, что авторы выделяют три аспекта имиджа: личностный (в теории системы это качества актора, статус-роли), социальный (взаимодействие между акторами) и, условно говоря, ресурсный (инструменты, технологии для достижения результата), что дает основание интерпретировать имидж как подсистему социальной системы профессионального образования.

Обратившись к теории систем, отметим, что факторы, обеспечивающие способность системы добиваться цели, находятся на входе. Это – ценности; полезное знание, образцы поведения, целесообразной реакции, мотивационные установки и склонности. На выходе – возможность социализации мотивационных склонностей; установление стандарта компетентности, являющееся результатом квалифицированных действий; упорядоченная реакция на уровне поведения, опосредованное удовлетворением от сделанного.

По утверждению Т. Парсонса, между входом и выходом происходит процесс, который делится на три фазы:

- формирование внутренних ресурсов; изменение мотивации, накопление знаний, выработка образцов поведения;
- размещение данных ресурсов, распределение в деятельности по уровням способностей, выполнение ролей в соответствии с этим уровнем, обучение [\[3, с .575\]](#);
- использование размещенных ресурсов по принципу: что должно быть сделано, кем должно быть сделано, как это должно быть сделано [\[3, с .625-639\]](#);

Нарушение уравновешенного баланса входов и выходов между двумя и более единицами системы есть проявление тенденции к изменению, которую Т. Парсонс называет напряжением. Одним из способов ослабления напряжения может быть изменение структуры системы [\[11\]](#).

По нашему мнению, имидж в системе профессионального образования выступает также и механизмом, снимающим напряжение в системе в случае, когда приходят учиться студенты, не определившиеся с выбором будущей профессии, имеющие низкую мотивацию к обучению. В этой связи имидж студента под влиянием внешних и внутренних условий может меняться со временем и как элемент социальной системы приводить к изменениям в структуре системы, тем самым снижая или увеличивая напряжение в ней. Другими словами, студент, поступивший в учебное заведение с положительной мотивацией под влиянием неблагоприятных условий демонстрирует

разочарование в своем выборе, а студенты с отрицательным отношением к будущей профессии при правильной организации их подготовки транслируют положительное отношение к будущей профессии.

По теории систем, ее элементы также могут выступать как самостоятельные системы. Применив положения структурно-функционального анализа и теории социальных систем, мы рассмотрели имидж студента как самостоятельную систему (по Т. Парсонсу, система личности). Факторы входа определяют то, какими студент обладает индивидуальными интеллектуальными, нравственными чертами и качествами, формирующимися под воздействием социального окружения и общества в целом, отношением к человеку и профессии в том или ином обществе; на выходе формируется образ личности, модели гражданского и профессионального поведения.

Взаимоотношение входа и выхода определяется тем, что происходит внутри системы имиджа, ее структурой, в которую включены следующие элементы (по О. Ф. Потемкиной) [\[12\]](#):

- внешняя составляющая имиджа (внешность, манеры, походка, речь, жесты, голос, мимика, одежда, прическа и пр.);
- внутренняя составляющая имиджа (интеллект, способ мышления, профессионализм, цели и средства, эрудиция, идеи, интересы);
- процессуальная составляющей имиджа (темперамент, формы общения, энергичность, эмоциональность);
- ядро имиджа (легенда, позиции, установки).

В данной структуре имиджа центральное место занимают личностные позиции, установки человека, которые привиты образованием и воспитанием и включают, по мнению В. М. Шепеля [\[13\]](#), нравственные ценности, психологическое здоровье, набор технологий общения. Природные качества, такие как: коммуникабельность, способность к эмпатии, рефлексивность, красноречивость определяют такие элементы структуры как процессуальный, внешний, внутренний. Они могут развиваться со временем до высоких характеристик, если человек приложит определенные к этому усилия, а могут и начать деградировать без определенной работы над собой и при отсутствии внешних стимулов. Качества, которые определяются жизненным и профессиональным опытом и развиваются в течение всей профессиональной деятельности, определяют ядро. Это так называемые профессионально важные качества, влияющие на эффективность деятельности. Они являются и предпосылкой профессиональной деятельности и ее новообразованием, так как совершенствуются, преобразуются в ходе труда.

Подтверждение сказанному находим у исследователей, занимающихся изучением факторов, влияющих на формирование самооценки, личного, социального образа подростков и молодых людей в разных странах. Так, Svetlana Kostromina и Natalia Grishina [\[14\]](#) в своем исследовании указывают, что целостность личности определяется единством и неразрывностью ее реакции на те или иные события внешней или внутренней жизни. Личность как открытая саморазвивающаяся система стремится сохранить свою целостность, находящуюся в состоянии неустойчивого равновесия (которое можно назвать метаустойчивостью). Данный процесс тесно связан с отношениями доминирования, которые молодые люди, придя в новую для них среду профессионального образования, пытаются формировать для сохранения целостности

своей личности. И не все могут адекватно переносить это: увеличение доминирования со стороны сокурсников для кого-то становится фактором развития депрессии и тревоги [15]. В то же время, как указывают исследователи процессов адаптации молодых людей [16, 17], образовательная практика, существующая в том или ином обществе знакомит молодых людей с доминирующими формами знания, в то время, как социальное взаимодействие, обмен своим и чужим опытом предлагают новые способы видения и интерпретации событий, которые транслируются через индивидуальную, «авторскую» позицию, в том числе, через имидж.

Основываясь на проведенном теоретическом исследовании, мы разработали модель имиджа студента профессионального образовательного учреждения (рисунок 1). Данная модель, на наш взгляд, демонстрирует сущность имиджа как элемента социальной системы профессионального образования, позволяющего студенту, с одной стороны, включать себя в эту систему, с другой стороны, воспринимать системные процессы как условие изменения себя.

Рисунок 1.

Модель имиджа студента профессионального образовательного учреждения (вуза)



Как видно из данной модели, взаимодействие между элементами структуры, обусловленное факторами входа и выхода, подвижно, происходит между всеми элементами структуры, что гарантирует изменение в структуре, иными словами, имидж будет развиваться, приспосабливаясь к среде, за счет изменений в своей структуре, поиска более эффективных средств формирования «нужного» образа.

Основываясь на данной модели, мы предложили студентам оценить свой имидж, по методике, описанной М. Г. Подопригорой [18]. Данная методика предполагает выполнение самооценки студентами собственного имиджа и взаимооценки имиджа сокурсниками или друзьями. В исследовании принимали участие студенты кафедры социально-культурного сервиса и туризма Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Амосова. Им было предложено оценить свой имидж, ответив на

60 вопросов-утверждений, охватывающих все структурные элементы имиджа, и по предложенному ключу выявить доминирующий структурный элемент. Первый этап исследования был проведен, когда студенты являлись первокурсниками, второй этап выполнялся, когда эти же студенты заканчивали второй курс. Целью исследования было выяснить, происходят ли изменения в имидже студентов в процессе обучения, от чего зависит этот процесс, влияют ли эти процессы на отношение к учебе, будущей профессии.

На первом этапе исследования при выполнении самооценки у подавляющего большинства студентов-первокурсников ведущим структурным элементом был выявлен процессуальный элемент. И здесь мы согласимся с уже упомянутыми авторами [14] в том, что процессуальный характер личности способствует сохранению ее устойчивости: у молодых людей, совсем недавно окончивших школу, очень много энергии, темперамента, которая начинает раскрываться и конкурировать в сфере конкурентоспособных единомышленников.

При взаимооценке студентов своими сокурсниками у большинства была выявлена внешняя составляющая имиджа. На наш взгляд, это происходит вследствие того, что для студентов при восприятии своих сокурсников знаковое влияние оказывает то, что, с одной стороны, отличает их друг от друга, а с другой стороны, объединяет, – внешний вид, мода, манера поведения. Этому также мы нашли косвенное подтверждение в исследовании [19], которое установило связь между формированием идентичности и внешним обликом (физические характеристики, позитивное или негативное отношение к своему телу, принятие себя такого, какой есть в реальности). Социально-психологические особенности, черты характера, модель поведения, что является характерным для процессуальной составляющей и отмечается в самооценке имиджа студентов, на наш взгляд, является ценным пока только для них самих, поэтому транслируется еще недостаточно.

Сравнение результатов самооценки и взаимооценки на первом этапе исследования показало, что только у двоих студентов из сорока четырех совпали результаты. Можно предположить, что данный факт продемонстрировал и цельность имиджа, и цельность личности этих двоих студентов. Косвенно данное предположение подтверждается статусом, который эти ребята занимали в группе: один из них оказался старостой группы, а другой – студент, успешно совмещающий учебу и работу.

На втором этапе, проведенном когда эти же ребята заканчивали второй курс, ведущими структурными компонентами при самооценке были выявлены процессуальный и внутренний компоненты, и даже было несколько ядер, что свидетельствует об изменении структуры имиджа практически у половины студентов. При взаимооценке ведущим элементом также был выявлен внутренний компонент, что тоже подтверждает факт изменения в структуре имиджа. На втором этапе степень расхождения результатов самооценки и взаимооценки снизилась практически вдвое.

Мы также провели корреляцию с академической успешностью студентов, принимавших участие в исследовании, и выявили, что никто из них не был отчислен к концу второго курса, многие получают повышенную стипендию за общественную и научную деятельность, отчисленных по собственному желанию или по причине разочарования в будущей профессии нет. Начиная с первого курса студенты включаются в исследовательскую деятельность, занимаясь в научных кружках кафедры «Социально-исторические аспекты развития сервисной деятельности в Якутии», «Проектирование в креативных индустриях», «Психологические аспекты в организации сервисной деятельности»;

обобщают результаты своих исследований на традиционной институтской научно-практической конференции «БИЛИМ», затем на конференции университета «Аммосов». Ко второму курсу многие успешно выступают на научных мероприятиях международного и всероссийского уровня, публикуются. Специфика образовательного направления «Сервис» диктует постоянное участие в организации и проведении мероприятий городского и республиканского уровня: гастрофестивали, мастер-классы, туслеты, фэшн-шоу, моделинг, взаимодействие с Национальной Ассоциацией рестораторов, отельеров и туризма «Ассоциация Гостеприимства» Республики Саха (Якутия), министерством предпринимательства, торговли и туризма Республики Саха (Якутия), представителями бизнес- и профессионального сообществ. Интеграции учебных дисциплин и проектной деятельности способствует участие студентов в проектном интенсиве «От идеи к прототипу» в рамках федеральной площадки «Университет 2035». Хорошую организационную школу дает участие студентов в профсоюзной студенческой организации. Построение образовательного процесса в направлении сочетания теории, практики, научной, проектной и организационной деятельности позволило каждому из студентов реализовать тот мотив, который был ведущим при поступлении в вуз и сформировать тот имидж, который этими мотивами определялся изначально, не вступая в грубые противоречия со своим «Я», позволив при этом испытывать удовольствие от удовлетворения своих потребностей. Образовательная среда вуза способствовала тем изменениям, которые происходили в структуре имиджа, и это, в целом, способствовало сохранению целостности и имиджа, и личности студентов.

**Выводы.** Результаты проведенного исследования позволили сформулировать следующие выводы.

Использование системного подхода в изучении имиджа студента позволило утверждать, что имидж студентов является подсистемой социальной системы профессионального образования, и одновременно сам является системой.

В то же время имидж выступает механизмом сохранения целостности личности студента как актора системы профессионального образования и системы профессионального образования в целом.

Внутреннее единство имиджа студента как системы обусловлено изменениями в структуре имиджа, сгенерированном взаимодействием со средой профессионального образовательного учреждения.

## Библиография

1. Каримова К. Р. Понятие «образ» и «имидж» в практике СМИ и научных исследованиях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 4. С. 138-144. DOI: 10.24411/2070-0695-2019-10415
2. Парсонс Т. О структуре социального действия / Сб. пер. под общ. ред. В. Ф. Чесноковой, С. А. Белановского. М.: Академический Проспект, 2000.
3. Парсонс Т. О социальных системах / Под ред. В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. М.: Академический Проспект, 2002.
4. Мифтахов И. И., Мухаметзянова Ф. Г., Насыбуллин А. Р., Степашкина В. Изучение и развитие субъектного имиджа студента // Казанский вестник молодых ученых. 2019. Т.3. № 2. С. 57-63.
5. Шацилло В. А. Имидж образовательной организации в процессе профессионального самоопределения молодежи (на примере Саратовской области) // Вестник Поволжского института управления. 2020. Т. 20. № 1. С. 83-90. DOI: 10.22394/1682-

2358-2020-1-83-90

6. Красникова В. А. Имидж как фактор эффективности руководителя деятельности организации // Глобус: психология и педагогика. 2021. Том 7. № 43, 2021 С. 43-45.
7. Симонова И. Ф. Педагогика имиджа: монография. Спб.: Ультра, 2012.
8. Спичева Д. И., Кужелева-Саган И. П. Имидж как инструмент управления сознанием и поведением «Поколения Y» // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 363. С. 64-67. URL: <http://journals.tsu.ru/uploads/import/876/files/363-064.pdf> (дата обращения: 21.04.2023)
9. Кормишина Г. М. Имидж в системе социального взаимодействия // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 2. С. 1-5.
10. Кошлякова М. О. Социальное пространство имиджа: монография. М.: ИНФРА-М, 2022.
11. Парсонс Т. Функциональная теория изменения // Американская социологическая мысль; под ред. В. И. Добренькова. М.: Изд-во МГУ, 1994.
12. Потемкина О. Ф. Имидж политического лидера. М.: Московский государственный институт культуры и искусств, 2006.
13. Шепель В. М. Управленческая этика. М.: ЛЕНАНД, 2022.
14. Kostromina S., Grishina N. Psychology of Changeability: Basic Principles of Description of Processual Nature of Personality // Integrative Psychological and Behavioral Science. 2022. 26 October. Pp. 569-589. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12124-022-09730-3> (дата обращения: 16.07.2023)
15. Schacter H. L., Hoffman A. J., Ehrhardt A.D. The Power Dynamics of Friendship: Between-and Within-Person Associations among Friend Dominance, Self-Esteem, and Adolescent Internalizing Symptoms // Journal of Youth and Adolescence. 2023. No. 52. Pp. 1206–1218. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-023-01763-0> (дата обращения: 10.06.2023)
16. Boat A. A., Miranda A. & Syvertsen A. K. Enhancing Education and Career Pathways Through Peer and Near-Peer Social Capital // Journal of Youth and Adolescence. 2022. No. 51. Pp. 1287-1304. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-022-01717-y> (дата обращения: 10.06.2023)
17. Kullenberg T., Säljö R. Towards Dialogic Metaphors of Learning – from Socialization to Authoring // Integrative Psychological and Behavioral Science. 2022. No. 56. Pp. 542-559. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12124-021-09661-5> (дата обращения: 16.07.2023)
18. Подопригора М. Г., Борисова Я. О. Разработка метода исследования и формирования имиджа организации // Таврический научный обозреватель. 2015. № 4. С. 74-79.
19. Vankerckhoven L., Raemen L., Claes L., Eggermont S., Palmeroni N., Luyckx K. Identity Formation, Body Image, and Body-Related Symptoms: Developmental Trajectories and Associations Throughout Adolescence // Journal of Youth and Adolescence. 2023. No. 52. Pp. 651-669. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-022-01717-y> (дата обращения: 10.06.2023)

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования формирование и развитие имиджа современных студентов.

Методология исследования: системный подход, опрос студентов.

Актуальность. «Интерес к имиджу актуализируется реалиями сегодняшнего дня, когда профессиональное образование становится частью экономической системы общества, и эффективность образовательного учреждения оценивается государством и обществом не только по количеству и качеству подготовленных специалистов, но и по финансовым показателям». Не ясно, при чем здесь финансовые показатели? Актуальность не сформулирована.

Научная новизна отсутствует.

Стиль, структура, содержание. Стиль научный. Работа плохо структурирована: представления об имидже плохо стыкуются с теорией систем и структурно-функционального анализа. Содержание работы путано, не ясно.

В названии статьи заявлено изучение имиджа студентов. Имидж – совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом (<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6>).

Соответственно, имидж студента – это представления о том, как должен вести себя обучающийся. Однако в статье имидж рассматривается предельно широко, теряется при этом смысл понятия: «на основании системного подхода определить место и функцию имиджа студента в социальной системе профессионального образования, изучить процесс формирования и развития имиджа студента университета как самостоятельную систему, выявить факторы, влияющие на процесс развития имиджа студента как элемента социальной системы профессионального образования».

«Эмпирической основой исследования явилась разработка модели имиджа студента профессионального образовательного учреждения». Модель не может быть эмпирической основой.

Параграф «Результаты исследования» представляет собой обзор исследований имиджа, фрагменты теории Парсонса, исследование S. Kostromina и N. Grishina о процессуальной природе личности, авторскую модель имиджа студента профессионального образовательного учреждения, эмпирическое исследование имиджа.

«Имидж в системе профессионального образования выступает ... механизмом, снимающим напряжение в системе в случае, когда приходят учиться студенты, не определившиеся с выбором будущей профессии, имеющие низкую мотивацию к обучению». Данное утверждение не обосновывается и не доказывается.

Опираясь на теорию систем, «вход» и «выход», автор утверждает, что «факторы входа определяют то, какими студент обладает индивидуальными интеллектуальными, нравственными чертами и качествами, формирующими под воздействием социального окружения и общества в целом, отношением к человеку и профессии в том или ином обществе; на выходе формируется образ личности, модели гражданского и профессионального поведения». На основании этого суждения автор строит схему-модель имиджа студента, которая включает, в частности, включает: социальное окружение, воздействие общества, профессиональное окружение, политическую и экономическую ситуацию в стране; личностную позицию, профессиональное поведение, гражданскую позицию. Данные факторы в статье не обсуждаются.

«Мы предложили студентам оценить свой имидж, по методике, описанной М. Г. Подопригорой». По данной методике изучается

имидж интернет-магазина (<file:///C:/Users/User/Downloads/razrabortka-metoda-issledovaniya-i-formirovaniya-imidzha-organizatsii.pdf>). Можно ли данную методику применять к людям?

Библиография. Рассматриваются различные, разноплановые аспекты имиджа – студента,

руководителя, политического лидера, а также организации, педагогики (1,4,5,6,7,8,9,10,12,18). Работы Парсонса (2,3,11). Темы, не связанные с имиджем: этика, психология, обучение, идентичность (13,14,15,16,17,19).

Апелляция к оппонентам отсутствует.

Выводы: «Использование системного подхода в изучении имиджа студента позволило утверждать, что имидж студентов является подсистемой социальной системы профессионального образования, и одновременно сам является системой». Данный тезис не доказан.

«В то же время имидж выступает механизмом сохранения целостности личности студента как актора системы профессионального образования и системы профессионального образования в целом». Данный тезис также не доказан.

«Внутреннее единство имиджа студента как системы обусловлено изменениями в структуре имиджа, сгенерированном взаимодействием со средой профессионального образовательного учреждения». Данное утверждение малосодержательное, резонерское.

Интерес читательской аудитории отсутствует.

## **Результаты процедуры повторного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

На рецензирование представлена работа «Системный подход в изучении имиджа современных студентов».

Предмет исследования. Работа направлена на определение места и функции имиджа студента в социальной системе профессионального образования с опорой на системный подход, изучение процесса формирования и развития имиджа студента университета как самостоятельной системы; выявление факторов, влияющих на процесс развития имиджа студента как элемента социальной системы профессионального образования. В целом, с поставленными задачами автор справился; выделенный предмет был изучен.

Методология исследования опирается на системный подход, который был рассмотрен в Р. Мертона, Т. Парсонса, П. А. Сорокина и др. Автором организовано и проведено исследование.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью системного подхода к изучению имиджа современных студентов.

Научная новизна исследования заключается в определении системного подхода в изучении имиджа современных студентов.

Автором были получены следующие результаты:

1. На основании проведенного теоретического анализа была разработана модель имиджа студента профессионального образовательного учреждения.

2. Проведено исследование, которое позволило студентам оценить свой имидж, с использованием описанной методики (определен процессуальный компонент, рассмотрена внешняя составляющая имиджа, процессуальный и внутренний компоненты и пр.).

3. Представлен системный подход в изучении имиджа современных студентов.

Стиль, структура, содержание. Стиль изложения соответствует публикациям такого уровня. Язык работы научный. Структура работы прослеживается четко, автором выделены основные смысловые части.

Во введении автор определил актуальность затронутой проблемы. Автор отмечает, что интерес к имиджу определяется современными реалиями, когда профессиональное

образование представляет собой часть экономической системы общества. В то же время, эффективность образовательного учреждения государство и общество оценивает не только по количеству и качеству подготовленных специалистов, но и по финансовым показателям. В системе профессионального образования позитивный имидж учебного заведения, преподавательского состава, студентов играет определяющее значение для привлечения абитуриентов, финансирования научных исследований, получения грантов и пр.

Во введении обозначен предмет исследования. Автором отмечается, что формирование имиджа студентов происходит в процессе обучения. Проведенный анализ позволил выделить основные принципы системного подхода и единицы социальной системы. Особое внимание удалено характеристике цели, методов и материалов исследования.

Основной раздел включает описание полученных результатов. Особое внимание удалено определению следующих позиций:

- дана трактовка феномена «имидж»;
- уточнено содержание феномена «имидж студента» и выделены основные его компоненты (личностный, социальный, ресурсный),
- определено основное содержание фаз, нарушение соотношения которых приводит к возникновению напряжения,
- выделены условия изменения имиджа,
- определены элементы внутренней системы имиджа (внешняя, внутренняя и процессуальная составляющая, а также ядро имиджа),
- предложено описание основных этапов эмпирического исследования;
- представлены результаты корреляционного анализа;
- подведены результаты исследования.

По мнению автора, имидж выступает механизмом сохранения целостности личности студента как актора системы профессионального образования и системы профессионального образования в целом.

Заканчивается статья кратким описанием результатов исследования и формулированием общих выводов.

**Библиография.** Библиография статьи включает в себя 19 отечественных и зарубежных источником, незначительная часть которых издана за последние три года. В списке представлены, в основном, статьи и тезисы. Помимо этого, в списке имеются монографии, интернет-источники, учебные и учебно-методические пособия. Источники оформлены, в целом, корректно, но в некоторых позициях неоднородно. Коррекции требуют источники 6, 7, 14 и пр.

Апелляция к оппонентам.

**Рекомендации:**

- провести более полный анализ литературы, в том числе, современной;
- подробно описать особенности организации и проведения исследования, уточнить и охарактеризовать выборку, представить подробно полученные результаты в количественном и качественном вариантах;
- выделить научную новизну, авторский вклад в решение выделенной проблемы, определить перспективы и направления дальнейшего исследования.

**Выводы.** Проблематика статьи отличается несомненной актуальностью, теоретической и практической ценностью; будет интересна специалистам, которые занимаются проблемами изучения имиджа современных студентов. Статья может быть рекомендована к опубликованию с учетом выделенных рекомендаций.