УДК 371.15

DOI 10.33251/2522-1477-2020-7-80-86

ПЛАЧИНДА Тетяна Степанівна,

доктор педагогічних наук, професор, завідувач
кафедри професійної педагогіки та соціально-
гуманітарних наук, Львівська академія Національного
авіаційного університету

ДОВГА Тетяна Яківна,

кандидат педагогічних наук, професор,
професор кафедри дошкільної та початкової освіти,
Центральноукраїнський державний педагогічний
університет імені Володимира Винниченка

ІМІДЖ СТУДЕНТА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті порушується проблема іміджу студента закладу вищої освіти. Майбутнім фахівцям було запропоновано висловити свої погляди щодо іміджу сучасного студента через відповіді на питання анкети «Імідж студента», розробленої авторами статті. Проведене дослідження дало змогу з'ясувати погляди студентської молоді щодо позитивного та негативного іміджу студента, тому подальше дослідження буде спрямоване на розробку та впровадження рекомендацій щодо формування позитивного іміджу студента закладу вищої освіти.

Ключові слова: імідж студента, зовнішній вигляд студента, заклад вищої освіти, позитивний імідж, негативний імідж.

Постановка проблеми. На етапі реформування всіх ланок освіти в Україні актуалізується проблема формування іміджу студента закладу вищої освіти, що обумовлює активізацію різноманітних самопроцесів: саморефлексії, самовизначення, саморозвитку, самовдосконалення, самореалізації [7], що слугують основою для ефективного функціонування майбутнього фахівця в різних сферах суспільної діяльності, зокрема, навчальної та професійної.

Імідж студентської молоді – проблема, що останнім часом викликає неабиякий інтерес у вітчизняних і зарубіжних дослідників. Значною мірою, це обумовлене тим, що студентський вік є сенситивним періодом для розвитку інтелектуальних і фізичних сил, зростання творчих можливостей і розквіту зовнішньої привабливості. На жаль, цей віковий період приховує в собі ілюзії, що інтелектуальна та фізична сила супроводжуватимуть людину завжди, що успіху можна досягти завдяки красі й молодості, не докладаючи до цього особливих зусиль. Тому саме молоді слід мотивувати на створення позитивного іміджу, адже цей феномен містить у собі не лише зовнішню сторону, основу якої складають візуальна привабливість, фізична досконалість, здоровий зовнішній вигляд, гарні манери, але сутність його складає внутрішній світ особистості – ментальність, моральні якості, вольові характеристики, загальна культура, професійна компетентність тощо.

Метою нашого дослідницького задуму, який викладено в даній статті, було виявити розуміння сутності іміджу представниками різних вишів м. Кропивницького (опитуванням були охоплені майбутні авіаційні фахівці та педагоги), що дозволило не лише ознайомитися з поглядами майбутніх фахівців різних спеціальностей, але й виявити в цих поглядах спільні риси, що створюють позитивний і негативний іміджі особистості та проаналізувати ставлення до іміджу з боку самих студентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В наукових працях вітчизняних і зарубіжних дослідників піднімаються проблеми, які складають підґрунтя для формування іміджу студентів ЗВО: професійна компетентність (А. Маркова), соціально-професійна зрілість (В. Радул), професійний саморозвиток (Н. Кічук), професійна мобільність (Р. Пріма), професійна етика (Л. Хоружа) тощо.

Важливою ознакою соціально-професійної зрілості особистості В. Радул вважає таку характеристику людини, яка «передбачає сприйняття й розуміння себе, ставлення до себе й поведінку в середовищі споглядальний образ самої себе, формування тих чи тих ознак особистості й конкретних властивостей себе як одиниці діяльності, водночас виявляється більш-менш емоційне навантаження, самооцінка й виробляються способи дії, що стають типовими в поведінці й застосовуються в буденному житті» [10, с. 175]

Дослідниця Р. Пріма стверджує, що професійна мобільність фахівця потребує наявності в нього професійно важливих якостей, до яких вона відносить: «індивідуальний імідж, адаптивність, самостійність, комунікативність, оперативність мислення, цілеспрямованість, відповідальність, критичність мислення, здатність до самопізнання, саморозвитку, самоосвіти, самоконтролю тощо» [9, с. 148].

Отже, в працях вітчизняних учених, які стосуються різних аспектів проблеми професійного саморозвитку майбутніх фахівців, вказується на необхідність розвитку в них таких особистісних і професійних якостей, які б стали передумовою професійної успішності молодого фахівця та його затребуваності на ринку праці, забезпечували конкурентоспроможність молоді людини в умовах ринкової економіки.

Такою універсальною характеристикою особистості, яка за своєю сутністю також є складним особистісно-професійним утворенням, вчені називають імідж. Під впливом реформування вищої освіти в Україні змінюються вимоги не лише до якості вищої освіти та професійної підготовки майбутніх фахівців, змінюється й імідж самого студентства. Узагальнений образ студента є частиною іміджу певного вишу, що накладає відбиток на сприйняття цього закладу громадськістю, визначає загальний рейтинг закладу в системі вищої освіти, участь його представників у перспективних проектах, розширює міжнародні зв'язки, посилює притік абітурієнтів, забезпечуючи тим самим конкурентоспроможність вишу.

До вивчення проблеми іміджу студента вищого закладу освіти звертаються вітчизняні та зарубіжні дослідники. Так, О. Валєєва 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 соціум і продуктивне здійснення діяльності в обраній сфері суспільної практики [2, с. 11].

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, емоційно-вольові якості професіонала) компоненти [2].

В основу іміджу студента О. Жеребенко кладе імідж професіонала, оскільки сьогодинішній студент – це майбутній професіонал, який має уособити його базові риси вже на етапі професійної підготовки. У структурі іміджу професіонала дослідниця виділяє наступні компоненти: зовнішній (візуальна привабливість, гармонійність, манера поведінки, міміка, жести, тембр і сила голосу, костюм, хода тощо), процесуальний (стиль поведінки, самоподача, форма спілкування, професіоналізм, пластичність, виразність тощо) і внутрішній (внутрішній світ індивіда, знання, вміння, уявлення про його духовно-моральний та інтелектуальний розвиток, потреби, ціннісні орієнтації тощо) [5, с. 14];

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.

У зв'язку з цим, вчена радить звернути увагу студентів на соціально-іміджеву функцію одягу, яка свідчить про приналежність людини до певної професії, рівень її доходів, етнічне або регіональне походження. Одяг створює умови для самовираження, персоніфікації особистості, допомагає налагодити спілкування з людьми певного кола. У манері одягатися проявляється одне з головних правил: гарно виглядати – значить проявляти повагу до людей, що нас оточують. Завдяки одягу, людина самостверджується і набуває в очах громадськості певного іміджу [1, с. 29].

Т. Подгурська зосереджується на вивченні мовної складової іміджу сучасного студента. Дослідниця відзначає, що вагому роль у формуванні «модерновості» молодшої людини відіграє використання нею так званих модних слів, які підкреслюють сучасність та авангардність (іноді навіть богемність чи елітність) мовця і є ознакою національного та полікультурного іміджу особистості, оскільки ці слова часто запозичені з інших мов. Вони повинні стати орієнтиром для викладачів у формуванні мовного іміджу студентів [8, с. 350].

Вивчаючи наукові джерела з означеної проблематики, ми дійшли висновку, що досліджень які б вивчали імідж студента (як чинник майбутньої професійної успішності) недостатньо. З метою з'ясування важливості формування позитивного іміджу для студентства нами й проведено дане дослідження.

Виклад основного матеріалу. Нас зацікавила думка майбутніх фахівців стосовно іміджу студента в освітньому процесі закладу вищої освіти. З цією метою нами було розроблено анкету з використанням Google Форм, яку було розповсюджено серед студентів через інтернет-мережі. В опитуванні взяли участь 183 респонденти – студенти різних вишів авіаційного (58 осіб (32 %) та педагогічного (123 особи (68 %) спрямування. Жіночої статті – 134 особи (74 %), чоловічої – 44 особи (26%). Відповіді респондентів автоматично підраховувалися системою Google.

Анкета включала наступні питання: 1) Яке значення для Вас має зовнішній вигляд студента?; 2) Наскільки важливим для Вас є дотримання студентом норм поведінки?; 3) Як Ви ставитеся до наявності видимих татуювань у студентів?; 4) Чи бентежить Вас вживання студентами нецензурної лексики; 5) Запропонуйте три риси позитивного іміджу студента Запропонуйте три риси негативного іміджу студента ЗВО; 7) Як впливає на академічну успішність застосування студентами персональних електронних гаджетів?; 8) Чи важливо для Вас бути активним студентом?; 9) Наскільки важливим для Вас є спілкування з одногруппниками?; 10) Чи дотримуєтесь Ви здорового способу життя?; 11) Як часто Ви відвідуєте культурно-розважальні заходи?; 12) Яку роль в освітньому процесі вишу має виконувати студент?; 13) Які мови необхідно знати студенту вишу? та 14) До наявності яких модифікацій (прикрашання) тіла Ви ставитеся спокійно: макіяж, татуаж, пірсинг, імпланти, нейл-арт?

На питання про значення зовнішнього вигляду студента були запропоновані наступні відповіді: дуже велике – 49 осіб (27,2%), велике – 107 (59,4%), не має – 24 (13,3%). Тобто, значення зовнішнього вигляду студента визнається більшістю респондентів.

Всі опитані за винятком одного (0,6%) вважають дотримання студентом норм поведінки обов'язковим: дуже важливо 103 особи (56,9%) та 77 осіб (42,5%) – важливо.

Ставлення респондентів до наявності видимих татуювань у майбутніх фахівців розподілилися наступним чином: 87 осіб (48,1%) відповіли, що їм все одно, 31 особа (17,1%) позитивно ставляться до видимих татуювань і негативно – 63 особи (34,8%).

Переважає більшість опитаних (117 осіб (64,6%)) відповіли, що їх бентежить вживання студентами нецензурної лексики. 41 особі (22,7%) все одно та 23 осіб (12,7%) не бентежить цей факт.

На думку 137 осіб (77,4%) застосування студентами під час освітнього процесу персональних електронних гаджетів позитивно впливає на академічну успішність. Негативний вплив гаджетів убачає 25 осіб (14, 1%), а 15 осіб (8,5%) вважають, що використання означених пристроїв не впливає на академічну успішність.

Щодо важливості бути активним студентом респонденти відповіли наступним чином: дуже важливо – 54 особи (30,3%), важливо – 108 осіб (60,7%), не важливо – 16 осіб (9%).

Позитивним є те, що більшість респондентів (дуже важливо – 75 осіб (42,1%) та важливо – 95 осіб (53,4%)) відзначили важливість спілкування з одногрупниками. Лише 8 осіб (8,5%) зазначили, що спілкування з одногрупниками для них не є важливим аспектом.

Негативним, на наш погляд, є той факт, що переважна більшість опитаних майбутніх фахівців іноді дотримуються (106 осіб (59,6%)), а 8 осіб (4,5%) взагалі не дотримуються здорового способу життя. І лише 64 особи (36%) завжди дотримуються здорового способу життя.

Часто відвідують культурно-розважальні заходи 44 (24,7%) опитаних осіб, час від часу 121 (68%) особа, не відвідує 13 осіб (7,3%).

Те що студент має проявляти ініціативу в освітньому процесі вишу вважають 111 (62,4%) опитаних. На думку 64 (36%) особи, необхідно брати посильну участь, а 3 (1,7%) особи вважають, що в освітньому процесі достатньо бути пасивним спостерігачем.

На питання «Які мови необхідно знати студент вишу?», ми отримали наступні відповіді: рідну мову – 6 (3,4%) осіб, рідну мову (обов'язково) та одну іноземну – 120 (67 %), рідну мову і декілька іноземних 50 (27,9%) респондентів, мають свою думку на це питання 3 (1,7%) особи.

За винятком імплантів, респонденти спокійно ставляться до наявності запропонованих модифікацій тіла, а саме: макіяж, татуаж, пірсинг, нейл-арт.

Варто зазначити, що на окремі питання студентам було важко відповісти, тому вони не відповідали на них.

Відповіді респондентів стосовно *позитивних* іміджевих ознак ілюструють значне розмаїття думок, що підтверджує різноплановий та інтегрований характер іміджу студента ЗВО. Проте, майже всі опитані на перше місце ставлять охайність (охайне та чисте волосся, гарний зовнішній вигляд, акуратність, чистота одягу, гарна зачіска, спокійний макіяж, незначні прикраси).

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 для респондентів є риса позитивного іміджу студента *відповідальність* (активність особистості, вмотивованість, ініціативність, наполегливість, самостійність, пунктуальність, старанність, жага до знань, рішучість).

Наступним за кількістю пропозицій опитаних щодо позитивних рис іміджу є *дисциплінованість* (працелюбність, цілеспрямованість, впевненість, працьовитість, постійне навчання, допитливість, старанність, уважність, пунктуальність).

Респонденти також акцентували увагу на *комунікабельності* (взаєморозуміння, гарні манери під час розмови, гарне почуття гумору, життєрадісність, привітність, гарне мовлення, толерантність).

Дехто з майбутніх фахівців запропонував наступні риси: креативність, ініціативність, творчість, амбіційність, впевненість.

Узагальнення отриманих відповідей призвело до виокремлення аспектів діяльності та поведінки студента ЗВО, які утворюють *негативний* імідж: вживання нецензурної лексики, наявність шкідливих звичок, неохайність, байдужість до навчання, агресивність, байдужість, лицемірство, безвідповідальність, завищена самооцінка, грубість, нагість, невихованість, егоїзм, непунктуальність, ігнорування правил поведінки під час освітнього процесу, запізнення, порушення етикету, вульгарність, негативне відношення до викладачів, зверхне

ставлення до інших, розсіяність, підступність, нестриманість, нечесність, зухвалість, байдужість, неадекватність, некомунікабельність, байдикуватість, татування на обличчі, або їх забагато тощо.

Дослідниці Л. Пак та Ю. Яблонських стверджують, що студентів слід 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 [6, с. 171].

Т. Довга пов'язує 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 [4, с. 408].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Сучасні зміни, зокрема потужне інформаційне середовище, вимагає від особистості, а надто від майбутнього фахівця пролонгованого самовдосконалення. Стрімкий розвиток світу, інноваційні погляди студентської молоді на життя спонукали нас на проведення даного опитування. Для студентів досліджуваних нами вишів вкрай важливими є очікування тих категорій людей, яким їм доведеться надавати професійні послуги (в нашому випадку – транспортні й освітні). Адже, в умовах євроінтеграції, міжнародна спільнота висуває високі вимоги до наших фахівців будь-якого профілю, зокрема: високий рівень освіченості, загальної культури, вільне володіння іноземними мовами тощо.

Перспективу подальших досліджень убачаємо в розробці та впровадженні рекомендацій щодо формування позитивного іміджу студентів закладів вищої освіти.

Список використаних джерел

1. Dovha T. Y. Image as a fashionable word and an attribute of a modern student. *Study issues of primary and pre-school education* [resp. ed. A. I. Iliadi, Kotelianets I. S.]. Kharkiv: Machulin, 2018. №1. p. 25-36.
2. Валеева О. Н. Педагогический потенциал образовательной организации как средство формирования имиджа студента: автореф. дис. ... канд. пед. наук по спец.: 13.00.01 / Валеева Ольга Николаевна; [Место защиты: ФГБОУ ВПО Оренбургский государственный педагогический университет], 2016. 25 с.
3. Дзяевич Ю. В. Формування позитивного іміджу студентів у процесі професійного становлення. *Педагогічні науки*. Зб. наук. пр. Вип. LII. Херсон: Вид-во ХДУ, 2009. С. 270–273.
4. Довга Т. Я. Диагностика представлений будущих учителей о личностно-профессиональном имидже: ценностно-мотивационный компонент. *Взаимодействие на преподавателя и студента в условия на университетского образование: проблемы и перспективы*. Сборник с научни доклади. Първа книга. Габрово: Изд-во «ЕКС-ПРЕС», 2017. С. 404–410.

5. Жеребенко О. А. Социально-психологические особенности развития имиджа студента вуза: Дис. ... канд. психол. наук по спец.: 19.00.05 / Жеребенко Оксана Александровна. Курск, 2008. 177 с.
6. Пак Л. Г., Яблонских Ю. П. Формирование имиджа студента вуза как социально-педагогическая проблема. *Вестник Оренбургского государственного университета: Электронный научный журнал*. 2016. № 3 (19). С. 168–174.
7. Плачинда Т. С., Довга Т. Я., Левченко О. О. Інтерпретування оцінних суджень суб'єктів освітньої діяльності щодо іміджу викладача ЗВО. *Науковий вісник Львівської академії. Серія: Педагогічні науки*. Збірник наукових праць / Гол. ред. Т. С. Плачинда. Кропивницький: ЛА НАУ, 2019. Вип. 6. С. 104–113.
8. 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. 348–351.
9. Пріма Р. М. Компонентно-структурний аналіз сутності характеристики феномена «професійна мобільність учителя». *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія II: Соціологія, соціальна робота*. Соціальна педагогіка, управління. Київ. Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. С. 146–151.
10. Радул В. В. Соціально-професійні проблеми сучасної педагогічної науки: монографія. Харків: Мачулін, 2019. 332 с.

References

1. Dovha, T.Ya. (2018). Image as a fashionable word and an attribute of a modern student. *Study issues of primary and pre-school education* [resp. ed. A. I. Iliadi, Kotelianets I. S.]. Kharkiv: Machulin. №1. p. 25-36 [in English].
2. Valeeva, O.N. (2016). Pedagogicheskiiy potentsial obrazovatelnoy organizatsii kak sredstvo formirovaniya imidzha studenta [*The pedagogical potential of an educational organization as a means of forming a student's image*]. Extended abstract of candidate's thesis. Orenburg: FGBOU VPO Orenburgskiy gosudarstvenniy pedagogicheskiiy universitet [in Russian].
3. Dzyadevich, Yu.V. (2009). Formuvannya pozitivnogo Imldzhu studentiv u protsesi profesynogo stanovlennya [*Formation of a positive image of students in the process of professional development*]. *Pedagogichni nauki*. Vol. LII, 270-273 [in Ukrainian].
4. Dovha, T. Ya. (2017). Diagnostika predstavleniy buduschih uchiteley o lichnostno-professionalnom imidzhe: tsennostno-motivatsionniy komponent [*Diagnosis of future teachers' ideas about personal-professional image: value-motivational component*]. *Vzaimodeystvie na prepodavatelskoye i student'skoye obrazovanie: problemi i perspektivi*. 404-410 [in Russian].
5. Zherebchenko, O.A. (2008). Sotsialno-psihologicheskie osobennosti razvitiya imidzha studenta vuza [*Socio-psychological features of the image of a university student*]. Candidate's thesis. Kursk [in Russian].
6. Pak, L.G., Yablonskih, Yu.P. (2016). Formirovanie imidzha studenta vuza kak sotsialno-pedagogicheskaya problema [*The formation of the image of a university student as a socio-pedagogical problem*]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*. № 3 (19). 168-174 [in Russian].
7. Plachynda, T.S., Dovga, T.Ya. & Levchenko O.O. (2019). Interpretuvannya otsinnih sudzhen sub'ektiv osvItnoyi diyalnosti shodo Imldzhu vikladacha ZVO [*Interpreting evaluative judgements of education activity subjects regarding the university teacher's image*]. *Naukoviy visnik Lotnoyi akademiyi. Seriya: Pedagogichni nauki*. Vol. 6, 104-113 [in Ukrainian].

8. Podgurska, T.A. (2016). *Movna moda yak oznaka natsionalnogo ta poltkulturnogo Imldzhu suchasnogo studenta (na prikladI reallzatsIYi studentskogo proektu «slovo roku» na zanyattiyah z ukraYinskoYi slovesnostI) [Language fashion as a sign of the national and multicultural image of the modern student (for example, the implementation of the student project "word of the year" at classes in Ukrainian literature)]*. Materiali V MizhnarodnoYi naukovoYi konferentsIYi "Suchasna ukraYinistika: naukovI paradigmi movi, IstorIYi, filosofIYi". (pp. 348-351). HarkIv: Ivanchenko I. S [in Ukrainian].

9. Prima, R.M. (2009). *Komponentno-strukturniy anallz sutnostI harakteristiki fenomena "profesiyna mobilnIst uchitelya" [Component-structural analysis of the essence of the characteristic of the phenomenon "teacher's professional mobility"]*. Naukoviy chasopis Natsionalnogo pedagogIchnogo unIversitetu ImenI M.P. Dragomanova. KiYiv. NPU Im. M. P. Dragomanova. 11. 146-151 [in Ukrainian].

10. Radul, V. V. (2019). *Sotsialno-profesiynI problemi suchasnoYi pedagogIchnoYi nauki [Socio-professional problems of modern pedagogical science]*. HarkIv: Machulin [in Ukrainian].

PLACHYNDA Tetiana, The Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of Professional Pedagogies and Human Sciences Department, Flight Academy of National Aviation University;

DOVGA Tetiana, Candidate of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Department of Pedagogy of Preschool and Primary Education, Central Ukrainian State Pedagogical University named after Vladimir Vinnichenko.

IMAGE OF STUDENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION

Abstract. *The article deals with the problem of defining an image of a student of a higher educational institution. It is noted that the image of student youth is the problem that has recently attracted great interest among domestic and foreign researchers. This is mainly due to the fact that the student's age is a sensitive period for intellectual and physical development, the growth of opportunities for creativity and the peak of attractiveness. The future specialists of the Flight Academy of the National Aviation University and Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University were offered to express their opinions on an image of a modern student by answering the questions of the "Student Image Questionnaire" developed by the authors of the article. 183 respondents participated in the survey, 134 of them are female (74%), 44 are male (26%). The questionnaire included questions about the student's appearance, communication with groupmates, their activity in the educational process, leading a healthy lifestyle and so on.*

The authors emphasize that modern changes, in particular a powerful information environment, require constant self-improvement from the individual, and especially from a future specialist. The expectations of the categories of the people who will have to be provided professional services by (in our case, transportation and education) are extremely important for the students we have studied. After all, in the context of European integration, the international community places high demands on our specialists of any profile, in particular: high level of education, general culture, fluency in foreign languages, etc.

The research made it possible to find out the views of the student youth regarding positive and negative images of a student. Therefore, further research will be directed to the development and implementation of recommendations for the formation of a positive image of a student of a higher educational institution.

Key words: *student image, student appearance, higher educational institution, positive image, negative image*

Одержано редакцією: 09.01.2020 р.
Прийнято до публікації: 21.01.2020 р.