

Коммуникативный имидж современного преподавателя

Глобальные информационно-технические изменения, произошедшие в стране в начале XXI в., не могли не повлиять на характер языковой личности, отражающей эпоху в соответствии с духом времени. Изменения эти коснулись всех слоев общества, и прежде всего современных преподавателей. Современному обществу нужны всесторонне образованные, грамотные специалисты, знающие специфику и нормы деловых отношений, умеющие устанавливать контакты и эффективно общаться в условиях возросших информационных нагрузок и дефицита времени, формулировать цели и задачи общения, вести переговоры, логично и грамотно аргументировать свою позицию, публично выступать перед многочисленной аудиторией, проявлять речевую гибкость, преодолевать имеющиеся противоречия, предупреждать и разрешать возникающие конфликты, достигать согласия и др. Ведь речевая культура человека, являющаяся одной из составных частей общей культуры, во многом определяет нравственный облик личности и считается речевым имиджем любого специалиста.

Существительное *имидж*, пришедшее в русский язык во второй половине XX века, толкуется как представление о человеке, складывающееся на основе его внешнего вида, привычек, манеры говорить, менталитета, действий, поступков и т.п. Это образ какого-либо лица, целенаправленно формируемый с целью выделить определенные ценностные характеристики, оказать эмоционально-психологическое воздействие на других людей (прежде всего слушателей и зрителей). В создании имиджа участвуют: а) сам человек, старающийся подчеркнуть свою неповторимость, рассказать о внутреннем мире и сформировать позитивное отношение людей к себе (уважение, симпатию, признание, доверие и др.); б) имиджмейкеры – специалисты, разрабатывающие стратегию, тактику и технику наиболее эффективного имиджа; в) средства массовой информации – печать, радио, телевидение; г) окружающие люди (друзья, коллеги, родственники, сотрудники).

Люди, по своей профессии находящиеся на виду у большой аудитории и в центре внимания окружающих, сознательно или подсознательно должны думать о своем имидже. Речь идет прежде всего о преподавателях вузов, школьных учителях других работниках различных звеньев учреждений образования. Специфика учительской профессии заключается в постоянном деятельном контакте с другими людьми, в организации продуктивного общения и предполагает наличие высокого уровня коммуникативных умений. Через общение педагог организует поведение и деятельность учеников, оценивает их работу, информирует о происходящих событиях, вызывает соответствующие переживания по поводу проступков, помогает преодолеть трудности. Работа учителя направлена на формирование

личности ученика, обеспечение его интеллектуального и психического развития, выработку определенных правил поведения. Поэтому преподаватель должен обладать не только психологическими и специальными знаниями, но и навыками профессионального общения, т.е. умениями оценить ситуацию, установить контакт с группой, правильно понять ученика и т.д. Все это является составной частью имиджа преподавателя и обеспечивает успех педагогической деятельности.

Имидж современного преподавателя, к сожалению, довольно «серый» и «повседневный». В предложенном списке из десяти необходимых для педагога качеств сами учителя отвели «имиджу» лишь восьмое место [1, с. 23]. Школьники и студенты, наоборот, ставят имидж преподавателя на второе место и связывают его с общей культурой поведения, справедливостью, добротой, терпением, требовательностью, компетентностью, эрудицией, педагогическим тактом, демократическим стилем работы и др. И это не случайно. Ведь воспитать неординарную личность может только тот человек, который сам обладает яркой индивидуальностью, и, как утверждал Ксенофонт, никто не может ничему научиться у человека, который не нравится. Поэтому имидж для преподавателя является одним из критериев его профессиональной пригодности.

При определении имиджа обычно выделяют несколько его компонентов: а) *имидж среды* (интерьер кабинета, кафедры, офиса и др.); б) *овеществленный имидж* (предметы и аксессуары, которыми пользуется человек: его визитная карточка, подарки и др.); в) *габитарный имидж* (от лат. *habitus* ‘внешность, наружность’; костюм, прическа, украшения и другие элементы внешнего вида); г) *вербальный имидж* (манера говорить, писать, излагать свои мысли); д) *кинетический имидж* (невербальные средства общения: жесты, мимика, телодвижения); е) *ментальный имидж* (мировоззренческие и морально-этические установки, социальные стереотипы и др.). Наиболее значимыми для современного преподавателя являются такие компоненты, как внешний облик, вербальные, невербальные и коммуникативные качества.

Внешний вид часто называют визитной карточкой делового человека. Первое впечатление о педагоге – зрительное. Психологи установили, что примерно 80% информации о мире человек получает через зрение. И поэтому оценка чаще всего осуществляется по внешнему облику, походке, позе, движению рук, выражению лица, одежде и т.п. К сожалению (по социологическим исследованиям), только 19% учителей удовлетворены своим внешним видом [2, с. 58]. Правда, первое впечатление бывает обманчивым, тем не менее оно влияет на характер контакта лектора со слушателями, эффективность выступления в целом. (недовольство своим внешним видом, например, может проявиться в негативном и агрессивном речевом поведении педагога).

Внешний облик помогает человеку привлечь к себе внимание. В манере одеваться проявляется одно из главных правил: красиво выглядеть – значит

проявлять уважение к окружающим людям. Правильный выбор одежды помогает добиться профессионального успеха. Во всем (в фасоне костюма, его цвете, макияже и др.) должна соблюдаться мера, а также простота, скромность и вкус. Не должно быть ничего вычурного, кричащего и эксцентричного (ультрамариновый цвет, необыкновенный фасон, резкий запах духов, дорогие кричащие украшения). Настоящий преподаватель не станет подчеркивать одеждой свою привлекательность, но будет демонстрировать на работе свой ум, профессиональные навыки и способности, более важные во всех отношениях, чем внешность.

Опытный преподаватель умеет, как дирижер, управлять слушателями. И в этом ему оказывают существенную помощь невербальные средства. В специальной литературе выделяется шесть основных невербальных подсистем: *паралингвистика* (звуковые коды невербальной коммуникации); *кинесика* (жестовые движения); *окулесика* (язык глаз и визуальное поведение человека во время общения); *гаптика* (касания и тактильная коммуникация); *гастика* (культурные и коммуникативные функции напитков, снадобий и угощений); *ольфакция* (роль запахов в коммуникации). Правильно выбранный тон разговора, тембр голоса, изящество движений, искусство говорить, умение слушать во многом определяет тот образ, в котором преподаватель предстает перед учениками и коллегами. Необходимо помнить, что все движения и жесты, а также мимика должны быть произвольными, разнообразными, строго соответствовать смыслу данной фразы или значению конкретного слова. Нельзя использовать повторяющиеся, однообразные, суетливые жесты, не несущие в себе никакой смысловой нагрузки.

Не менее важными в коммуникативной культуре являются знания, умения и навыки, относящиеся к речевой деятельности. Они касаются организации взаимодействия людей в различных сферах общения, позволяют устанавливать психологический контакт с партнерами, регулировать межличностные отношения, прогнозировать поведение собеседников и достигать желаемого результата. Ведь учитель – всегда коммуникативный лидер, управляющий своим и чужим коммуникативно-речевым поведением в процессе профессионального общения. В речи выражается весь человек, и мы, как утверждал Цицерон, слушаем не речь, а человека, который говорит.

Вербальные и невербальные средства общения считаются важнейшими составляющими имиджа. Что и как говорит преподаватель, какие жесты и позы при этом демонстрирует, что происходит с его мимикой, как он сидит, стоит и ходит – всё это влияет на восприятие и усвоение информации, а также на оценку педагога другими людьми. Всегда следует помнить, что речь учителя – это основное орудие педагогического воздействия и образец для подражания у учащихся. Не совсем корректно выставлять напоказ свои знания, ставить собственное «я» в центр разговора (каждую реплику начинать местоимением *я*), быть излишне болтливым, навязывать личные мнения и оценки.

Учитель должен безупречно владеть нормами литературного языка в его устной и письменной формах, а также коммуникативными навыками и умениями, соблюдать этику общения и речевой этикет. В речи преподавателей часто неправильно ставится ударение в словах *валово́й* (не *ва́ловый*), *опто́вый* (не *опто́вый*), *созво́нимся* (не *созво́нимся*), *звони́т* (не *зво́нит*), *алкогóль* (не *áлкоголь*), *катало́г* (не *ката́лог*), *догово́р* (не *до́говор*), *избалóванный* (не *изба́лованный*), *квартáл* (не *квáртал*), *ходата́йство* (не *ходата́йство*) и др.

В публичном общении большое значение имеет техника речи, под которой понимается совокупность умений и навыков, необходимых для оптимального ее звучания. Овладение техникой речевой коммуникации и дальнейшее ее совершенствование – необходимое условие профессиональной деятельности педагога. Техника речи – сложный процесс, состоящий в умении координировать речевое дыхание, голос, интонацию и дикцию при соблюдении норм произношения. Хорошая дикция является одной из важнейших характеристик культуры речи. Любое отклонение от норм произношения отвлекает внимание аудитории, мешает восприятию смысла и создают негативный психологический фон. Поэтому основной задачей педагога является постоянное обращение внимания на правильность произношения и постановки ударения. К наиболее распространенным недостаткам дикции относятся шепелявость, гнусавость, «проглатывание» отдельных слогов (особенно окончаний), удваивание согласных звуков, неправильное ударение и др. Тихий голос является основной причиной шума в аудитории, монотонный голос напрягает, слишком громкий голос раздражает и быстро утомляет.

Таким образом, в современных условиях актуальной задачей является обоснование новой парадигмы образовательной системы, которая смогла бы обеспечить не только высокий профессиональный уровень специалиста, но и его коммуникативный имидж. Перед образованием стоит задача формирования личности, способной свободно ориентироваться в мировом образовательном и профессиональном пространстве, личности, характеризующейся профессиональной мобильностью и готовностью к быстро меняющимся условиям жизни труда. Необходимо усилить гуманитарность содержания образования, расширить коммуникативный диапазон специалиста, который бы смог в любых условиях продемонстрировать достойные образцы цивилизованного поведения с представителями других профессиональных сообществ. Широта компетенций современного преподавателя должна соответствовать запросам XXI века, где языковая личность выступает носителем этических, общекультурных, психолого-педагогических, коммуникативных и деятельностных знаний, ценностей и норм.

Литература

1. *Красношлыкова, О.Г.* Имидж педагога — условие успешной профессиональной деятельности. – Кемерово, 2002.;

2. Шепель, В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. - М., 2002.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ