



ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ

А. Мурашов

Речь учителя и его профессиональный имидж

105 - 109

Н. Хомутовская

Дорога к школе:
как становятся учителем

110 - 118

РЕЧЬ УЧИТЕЛЯ И ЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ

А. МУРАШОВ

Имидж современного учителя состоит из множества элементов. Отсюда и возникает идея имиджа как публичного или внешнего «я» человека, которое может отличаться от его внутреннего «я». Имидж учителя «интегрируется» с его сущностью как человека и профессионала, чья деятельность во многом определяется постоянно осуществляемыми им функциями коммуникативного лидера.

Быть или казаться

Имидж — рационально создаваемый и сознательно регулируемый образ, сравнимый с некоей маской, присвоив которую человек, по словам С. Мозма, «впрямь становится тем, кем до того хотел казаться». Маски строгого дидакта, жизнерадостного остряка, «своего парня», «профессора», избранные разными учителями, влияют не только на профессиональное самопредъявление, но и на личность в совокупности её психологических черт. И со временем имидж вместо некоего атрибута предпола-





гаемой роли становится частицей «я», влияющей на поступки и мысли человека. Вчерашний выпускник университета, решивший «состарить» себя в глазах воспитанников, и в своём повседневном поведении начинает обнаруживать черты пожилого наставника, бессознательно копируя его, а немолодая классная дама, «зажигающая» на вечерах, и впрямь оказывается словно моложе своих лет.

Искусство оптимально отыскать педагогический имидж — задача не менее важная, чем умение найти нужные методические приёмы в преподавании предмета. Имидж — представление о самом себе, создаваемое профессионалом. Как известно, чем оно удачнее, тем выше профессиональный авторитет учителя, тем легче находить общий язык с учениками и завоевать у них признание и уважение. Создавая свой имидж, педагог формирует собственную репутацию в глазах учащихся, преодолевая или затушёвывая негативные стороны и, наоборот, акцентируя те, что помогут взаимодействовать с классом и в конечном счёте ведут к успеху.

Коммуникативное мастерство

Важнейшая составляющая профессионального имиджа современного педагога — его коммуникативное мастерство. Педагог — «речевая» профессия: именно в коммуникативной деятельности в конечном счёте реализуются научность, проблемность, последовательность, природо- и культуросообразность, другие принципы педагогики. Информационная революция привела к лавинообразному возрастанию объёма сведений: слово, речь — индикаторы одновременно и информационной, и коммуникативной ключевых компетенций, определяющих облик современного человека. И вот уже «важнейшим компонентом успешного обучения» психолог называет умение выбирать по отношению к другому человеку наиболее подходящий способ поведения, способ обращения с ним. В.М. Шепель выделяет «менторский», «одухотворяющий», «конфронтационный» и «информационный» типы общения, говоря о возможности их реализовать в разных ситуациях взаимодействия собеседников. Как «фундаментальные» характеристики выделяются искренность, компетентность, интеллигентность.

Педагогическое мастерство проявляется в ситуациях нацеленного воздействия и тщательно организованного взаимодействия с аудиторией; важная форма реализации такого мастерства — речь, составляющая важнейший аспект профессионального имиджа педагога. Ещё до начала общения имиджевыми факторами выступают облик учителя, его костюм, готовность к уроку, нацеленность на взаимодействие. Имидж создаётся информацией о входящем учителе, что определяется первым впечатлением: В.М. Шепель отмечал, что «Первое впечатление, которое складывается у людей от внешнего вида выступающего, способствует формированию их общей социальной установки, симпатии или антипатии, самоорганизации к слушанию или выражению скепсиса по поводу того, что ещё не сказал коммуникатор» [5, с. 241].



Педагогический имидж

Это «эффект имиджа»; он перерастает в конструирование настоящего профессионального имиджа педагога с началом речевого воздействия и взаимодействия, с самопредъявления учителя любого предмета в качестве «языковой личности». Как только начинается собственно диалог, «учитель постоянно регулирует процесс общения, стимулирует участие в нём собеседников, корректирует решение учебных задач — и запланированных, и возникающих спонтанно» [6, с. 21]. И при этом невербальные составляющие педагогического имиджа уступают место речевому процессу, в котором выделим приоритетные аспекты.

Знание языка и владение его ресурсами как принципиальный фактор педагогического мастерства: «Школьники резко отрицательно относятся к погрешностям в речи учителя, к речевым штампам, затасканным фразам... Неудачное слово старшего может дать иное направление мыслям, сделать трогательное смешным, исказить содержание сказанного» [3, с. 24]. Речь современного педагога должна быть эталонным воплощением языковой нормы, а также тех коммуникативных качеств, которые способствуют взаимопониманию участников урока. Ошибка или оговорка, допущенная учителем, нередко делает невозможным его позитивный желаемый имидж, низводя текущий имидж до уровня объекта иронии.

Имидж педагога наиболее интенсивно формируется под воздействием «эффекта первых фраз» (В.М. Шепель): начало любого общения предполагает акцентирование внимания и установление интереса яркими фактами, актуальными проблемами, подчёркиванием значения этих фактов и этих проблем для аудитории. Начало выступления и урока задаёт основные параметрические характеристики коммуникации, оказывает важнейшее влияние на формирование имиджа педагога, способствующего или препятствующего взаимодействию.

Аспект педагогического имиджа — умение поддерживать психологический контакт с аудиторией, словно изнутри видеть каждого слушателя и ученика. Такое взаимодействие, эмпатическое, основанное на психологической децентрации, означает не безликую речь, обращённую в никуда, а рассуждение о проблемах, стоящих перед каждым, описание видимых учеником образов, повествование об актуальных для него коллизиях. «...Высказывание с самого начала создаётся с учётом возможных ответных реакций, ради которых оно, в сущности, и создаётся» [8, с. 275]. Когда учитель прогнозирует такие возможные реакции, направляет их, внедряя в коммуникативную ткань урока, его имидж также вполне управляется и регулируется им самим. Общение корректируется благодаря постоянному включению фактора обратной связи, вовлекающего учеников в диалог, создающего иллюзии коммуникации при монологическом обращении, приучающего ребят активнее участвовать в происходящем, интенсивнее размышлять, точнее формулировать мысли.

Конструирование положительного имиджа осуществляется при работе над так называемыми негативными коммуникативными сценариями ребят, служащими «изучению» учителя как личности и в конечном счёте направленными на срыв занятия. Это проявление «агонистического» барьера коммуникации, когда школьники словно состязаются с педагогом за право на коммуникативное лидерство. Речевое мастерство, основанное на законах педагогической риторики,





предполагает следующие формы преодоления кризисных ситуаций как факторы создания положительного имиджа педагога:

- ◆ демонстративное противопоставление говорящего остальному классу с возможностью комментировать его позицию учениками;
- ◆ реагирующее молчание; краткий и лаконичный ответ — лишь тогда, когда ученик полностью исчерпал свои аргументы. Ответ должен быть афористичным и остроумным;
- ◆ предварительное согласие, аргументация с позиций ученика, показывающая в конечном итоге абсурдность его суждения (приём «доведения до абсурда»);
- ◆ неожиданность речевого поведения: вопрос, внешне не имеющий отношения к суждению, внезапный вывод, формируемая проблема. Пример — сопоставление или авторитетное свидетельство обратного;
- ◆ апеллирование к мнению, авторитетному для аудитории; стремление склонить её этим на свою сторону без внешнего акцентирования этого стремления;
- ◆ активная дискуссия; это возможно лишь тогда, когда сопричастным ей окажется класс и когда она не уведёт от занятия;
- ◆ яркая ироничная структура, не задевающая достоинства дебатирующего и приемлемая для аудитории;
- ◆ использование фигуры кризиса при переключении общего эмоционального поля аудитории в русло, необходимое учебному занятию; использование самого высказывания как «точки опоры», способной сформировать необходимые коллективные эмоции;
- ◆ переключение внимания с высказанной фразы на более интересную аудитории проблему, постановка актуальной задачи;
- ◆ ответ вопросом на вопрос (более выгодная полемическая позиция), подчеркнута серьёзное обращение к говорящему, включение его суждения в собственные последующие рассуждения (цитирование) с развенчиванием его.

Наконец, умение педагога формулировать материал как систему проблем и задач, требующих совместного изучения или разрешения, — важная речевая составляющая педагогического имиджа. Самая интересная и разнообразная информация не произведёт впечатления, если не обращена к ученику в таких речевых структурах, благодаря которым он почувствует себя собеседником, помощником в решении проблемы. Это можно считать интеграцией речевого мастерства учителя, его педагогических умений и психологической эрудированности. Урок не как сообщение готовых дефиниций, а как выработка их в творчески-поисковом процессе; не как воспроизведение очевидного, а как поиск нового, логически следующего, — смысл и цель такой деятельности. Облекая её в коммуникативные структуры, учитель прибегает к инклюзивной речи, визуализации, уступке, кризису — тем приёмам и технологиям риторики, которые повышают осознание своей субъектности самим учеником.

Итак, педагогический имидж — профессиональный образ, в создании которого значительную роль играет речевая составляющая. Эта привлекательность базируется на высокой эрудиции, психологической зоркости, оптимистической установке, диалогической готовности, владении приёмами методики. Все эти средства выражаются в речевых формах: так педагогика информационного общества осуществляются в речевых технологиях, коммуникативной привлекательности.



Тонкости этикета

А если вспомнить, что имидж — совсем не только то, что и как мы говорим?.. Ф.А. Кузин в книге «Современный имидж» сообщает о тонкостях этикета, различающихся в национальных культурах. Так, в Англии пожимают руки лишь при знакомстве, к незнакомым людям обращаться там не следует. Во Франции мысли собеседника обычно не скрываются, но невербалика сохраняет своё значение. Например, рукопожатие мужчин сохраняет смысл приветствия, но статус человека снижается, если на нём одежда из синтетических материалов (это также элемент невербалики). Выбирая цветы для подарка, во Франции исключают хризантемы как символ скорби, и незнание этого «перевода» может испортить самую приятную встречу.

При рукопожатии нельзя держать другую руку в кармане, что везде, а особенно в Германии, считается дурным тоном. Обедая, в Германии нельзя убирать руку со стола; его нужно касаться обоими запястьями. В Италии рукопожатие — жест не только приветствующих друг друга мужчин, но и женщин. Из невербальных моделей, влияющих на статус человека, характерен «запрет» нести свой чемодан в аэропорту, а также табу на самостоятельный вызов такси на улице; что касается размещения в такси, то если вызвавший машину один, он садится на заднее сиденье. В Японии уважение к собеседнику подчёркивается тем, что вручают или берут у них предметы обеими руками; если собеседник стоит на более низкой социальной ступени, можно подавать ему визитную карточку одной рукой. Приветствуют японцев не рукопожатием, как принято в европейском этикете, а поклоном.

Это — невербальные социокультурные модели, закреплённые этикетными нормами, составные части имиджа, и соблюдать их важно, как важно учителю не копировать в одежде ни гламурную красавицу, ни «техасского парня», оставаясь верным дресс-коду профессии и собственному психологическому облику (дресс-код — тоже часть имиджа). И всё же определяя прежде всего тем, как он знает свой учебный предмет, как он обращается к классу, как инициирует диалог и участвует в нём, как реагирует на реплики. Учитель — «речевая» профессия, а потому и важнейшая часть педагогического имиджа — тоже речевая.

Литературы

1. Почепцов Г.Г. Имиджелогия: теория и практика. Киев, 1998.
2. Кузин Ф.А. Современный имидж. М.: Ось-89, 2002.
3. Станкин М.И. Психология общения. М.: МПСИ, 1996.
4. Бодалев А.А. Личность и общение. М.: Международная педагогическая академия, 1995.
5. Шепель В.М. Человековедческая компетентность менеджера. М.: Народное образование, 1999.
6. Педагогическая риторика. М.: МГПУ, 2001.
7. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика. М.: МПСИ, 2002.
8. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979.

