

Александр Александрович Мурашов, профессор Гродненского государственного университета им. Янки Купалы, доктор педагогических наук, кандидат филологических наук

РЕЧЕВОЙ АСПЕКТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА ПЕДАГОГА

Имидж современного преподавателя состоит из множества элементов, в сумме образующих «наиболее эффективную подачу сообщения, которая в состоянии обойти имеющиеся в каждом человеке разнообразие фильтры. Отсюда и возникает идея имиджа как публичного или внешнего «я» человека, которое достаточно часто может отличаться от его внутреннего «я» [1, с. 21]. Имидж учителя интегрируется с его сущностью как человека и профессионала, чья деятельность во многом обуславливается постоянно реализуемой им функцией коммуникативного лидера. 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, оказывают влияние не только на профессиональное самопредъявление, но и на личность в совокупности ее психологических черт. И со временем имидж вместо некоего атрибута предполагаемой роли становится частицей «я», оказывающей влияние на поступки и мысли человека. Вчерашний выпускник университета, решивший «состарить» себя в глазах воспитанни-

ков, и в своём повседневном поведении начинает обнаруживать черты пожилого наставника, бессознательно копируя его, а немолодая классная дама, «зажигаящая» на вечерах ребят, и впрямь оказывается словно моложе своих лет.

Искусство оптимально отыскать педагогический имидж — задача не менее важная, чем умение найти нужные методические приемы в преподавании предмета. Имидж — представление о самом себе, создаваемое профессионалом. «Чем оно удачнее, тем выше ваш профессиональный и политический авторитет, тем легче находить общий язык с окружающими и завоевать у них признание и должное уважение» [2, с. 8]. Создавая свой имидж, педагог работает над формированием собственной репутации в глазах учащихся, преодолевая или затушёвывая негативные стороны и, наоборот, акцентируя те, что помогут взаимодействовать с классом и в конечном счёте ведут к успеху.

Важнейшей составляющей профессионального имиджа современного педагога является его коммуникативное мастерство: «Высокая техника педагогического общения — не только один из компонентов, но и ведущая составляющая педагогического мастерства» [3, с. 6]. Педагог — «речевая»

профессия: именно в коммуникационной деятельности в конечном счёте реализуются научность, проблемность, последовательность, природо- и культуросообразность, другие принципы педагогики. Информационная революция привела к лавинообразному возрастанию объёма сведений, приходящихся на каждого: 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» [4, с. 71]. В.М. Шепель выделяет «менторский», «одухотворяющий», «конфронтационный» и «информационный» типы общения [5], говоря о возможности их реализации в разных ситуациях взаимодействия собеседников. Г.Г. Почепцов, рассуждая об имидже политика, акцентирует искренность, компетентность, интеллигентность, хозяйственность [1] как фундаментальные характеристики; естественны они и для имиджа педагога, с некоторой поправкой на специфику хозяйственности в условиях студенческой аудитории.

Педагогическое мастерство проявляется в ситуациях нацеленного воздействия и тщательно организованного взаимодействия со слушателями; важнейшая форма реализации такого мастерства — речь, составляющая важнейший аспект профессионального имиджа преподавателя. Ещё до начала общения имиджевыми факторами выступают облик преподавателя, его костюм, готовность к лекции, нацеленность на взаимодействие. Имидж создаётся информацией о входящем преподавателе, что проистекает из

первого впечатления от него. «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].

Это «эффект имиджа»; он перерастает в конструирование настоящего профессионального имиджа педагога с началом речевого воздействия и взаимодействия, с самопредъявления преподавателя 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.

Во-первых, это знание языка и владение его ресурсами как принципиальный фактор педагогического мастерства, коррелирующегося с профессиональным имиджем. Слушатели «резко отрицательно относятся к погрешностям в речи учителя, к речевым штампам, затасканым 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 обучения. Ошибка или оговорка, допущенная преподавателем, нередко делает невозможным его позитивный желаемый

имидж, низводя текущий имидж до уровня объекта иронии.

Во-вторых, 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 значимости этих фактов и этих проблем для аудитории. «Специфика риторического выступления состоит в том, что оно призвано в реальной ситуации общения с конкретными людьми установить с ними добрые отношения для дальнейшего разговора и сообщить основное его направление» [7, с. 171]. Начало выступления и лекции задаёт основные параметрические характеристики коммуникации, оказывает важнейшее влияние на формирование имиджа педагога, способствующего или препятствующего взаимодействию.

В-третьих, аспект педагогического имиджа — умение поддерживать психологический контакт с аудиторией, словно изнутри видеть каждого слушателя и студента. Такое взаимодействие, эмпатическое, основанное на психологической децентрации, — означает не безликую речь, обращённую в никуда, а рассуждение о проблемах, стоящих перед каждым, описание видимых студентом образов, повествование об актуальных для него коллизиях. О принципиальной важности адресата рассуждал М.М. Бахтин: «...Высказывание с самого начала создаётся с учётом возможных ответных реакций, ради которых оно, в сущности, и создаётся» [8, с. 275]. Когда преподаватель прогнозирует такие возможные реакции, направляет их, внедряя в коммуникативную ткань лекции, — его имидж также вполне управляет-

ся и регулируется им самим. Общение корректируется благодаря постоянному включению фактора обратной связи, вовлекающего студентов в диалог, создающего иллюзии коммуникации при монологическом обращении (так называемые структуры диалогизма), приучающего студентов активнее участвовать в происходящем, интенсивнее размышлять, точнее формулировать мысли. Можно говорить о «психической контагиозности», вовлекающей учащихся в сюжеты занятий.

В-четвёртых, конструирование требуемого положительного имиджа осуществляется при работе над так называемыми негативными коммуникативными сценариями студентов, служащими «изучению» преподавателя как личности и в конечном счёте направленными на срыв занятия. Это проявление «агонистического» барьера коммуникации, когда студенты словно состязаются с педагогом за право на коммуникативное лидерование. Речевое мастерство, основанное на законах педагогической риторики, предполагает следующие формы преодоления кризисных ситуаций как факторы создания положительного имиджа педагога.

1. Демонстративное противопоставление говорящего остальной аудитории с возможностью комментирования его позиции самими студентами.

2. Реагирующее молчание; краткий и лаконичный ответ — лишь тогда, когда студент полностью исчерпал свои аргументы. Ответ должен быть афористическим и остроумным.

3. Предварительное согласие, аргументация с позиций студента, показывающая в конечном итоге абсурдность его суждения (приём «доведения до абсурда»).

4. Неожиданность речевого поведения: вопрос, внешне не имеющий отношения к суждению, внезапный вывод, формируемая проблема. Пример-сопоставление или авторитетное свидетельство обратного.

5. Аппеллирование к мнению, являющемуся авторитетным для аудитории; стремление склонить её этим на свою сторону без внешнего акцентирования этого стремления.

6. Активная дискуссия; это возможно лишь тогда, когда сопричастным ей окажется группа и когда она не уведёт от занятия.

7. Яркая ироничная структура, не задевающая достоинства дебатующего и приемлемая для аудитории.

8. Использование фигуры кризиса при переключении общего эмоционального поля аудитории в русло, необходимое учебному занятию; использование самого высказывания как «точки опоры», способной сформировать необходимую коллективную эмоцию.

9. Переключение внимания с высказанной фразы на более интересную аудитории проблему, постановка актуальной задачи.

10. Ответ вопросом на вопрос (приобретение более выгодной полемической позиции), подчеркнута серьёзное обращение к говорящему, включение его суждения в собственные последующие рассуждения (цитирование) с развенчиванием его.

Наконец, умение преподавателя 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 студенту аттрактивными речевыми структурами, благодаря которым он почувствует себя собеседником, помощником в решении

проблемы. Это можно считать интеграцией речевого мастерства преподавателя, его педагогических умений и психологической эрудированности. Лекция 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, преподаватель прибегает к инклюзивной речи, визуализации, уступке, кризису — тем приёмам и технологиям риторики, которые повышают осознание своей субъектности самим студентом.

Итак, педагогический имидж — профессиональный образ, в создании которого значительную роль играет речевая составляющая. По словам Ф.А. Кузина, «важно развивать в себе коммуникативную привлекательность, основанную на законах поведенческой стратегии, соблюдение которых является одной из важнейших форм выражения личного делового имиджа» [2, с. 15]. Эта привлекательность базируется на высокой эрудиции, психологической зоркости, оптимистической установке, диалогической готовности, владении приёмами методики. Все эти средства обретают выражение в речевых формах: так педагогика информационного общества реализуется в факторах и фреймах речевых технологий, педагогического красноречия, коммуникативной привлекательности. Эти стороны образуют различные факторы педагогического имиджа.

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 знаком-

стве. К незнакомым людям, не будучи представленным, обращаться там не следует. О жестах в ресторане скажем отдельно, поскольку их перевод абсолютно чёткий и однозначный для британцев: «Когда увы хотите дать знать официанту, что не намерены больше есть, положите нож и вилку параллельно... Если же вы ещё не кончили есть, а просто делаете передышку, положите нож и вилку крест-накрест. Этот жест означает “не уносите мою тарелку”» [2. С. 93]. 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: они являются символом скорби, и незнание этого «перевода» может испортить самую приятную встречу.

Рукопожатие в Германии исключает нахождение другой руки в кармане, что везде, тем более в этой стране пунктуальных людей, 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 на несение своего чемодана в аэропорту, а также табу на самостоятельный вызов такси на улице; что же 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 же собеседник стоит на более низкой социаль-

ной 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. Это составные части имиджа, и соблюдение их важно, как важно преподавателю не копировать в одежде ни гламурную красавицу, ни «техасского парня», оставаясь верным дресс-коду профессии и собственного психологического облика. Дресс-код — тоже часть имиджа. И всё же из сказанного должно стать очевидно, что окончательно имидж преподавателя формируется именно в том, как он обращается к аудитории, как инициирует диалог и участвует в нем, как реагирует на реплики. Преподаватель — «речевая» профессия, а потому и важнейшая часть педагогического имиджа — тоже речевая.

Список 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.