

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Кафедра теории и методики профессионального образования**

**Е.Ю. Сысоева**

# **ЛИЧНЫЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА**

*Учебное пособие  
для слушателей дополнительной образовательной  
программы «Преподаватель высшей школы»*

*Под редакцией Т.И. Рудневой*

Самара  
Издательство «Универс групп»  
2007

*Печатается по решению Редакционно-издательского совета  
Самарского государственного университета*

УДК 174.4

ББК 88.53

С 95

**Научный редактор**

д.п.н., профессор Т.И. Руднева

**Рецензент**

к.п.н., доцент И.А. Чупахина

**Сысоева, Е.Ю.**

**С 95** Личный и профессиональный имидж преподавателя вуза : учебное пособие для слушателей дополнительной образовательной программы «Преподаватель высшей школы» / Е.Ю. Сысоева ; под ред. Т.И. Рудневой. – Самара Изд-во «Универс групп», 2007. – 108 с.

ISBN 978-5-467-00112-8

Учебное пособие содержит теоретическое обоснование имиджа, его основных характеристик, является практическим руководством по управлению личным и профессиональным имиджем. В пособии представлено описание современных технологий диагностики и развития персонального имиджа, его практико-ориентированный характер выражается в заданиях на выработку профессионально-значимых свойств, предлагаемые психотехнологии и упражнения создают условия для конструирования позитивного имиджа преподавателя.

Пособие адресовано преподавателям, аспирантам и соискателям, студентам педагогических вузов, исследователям проблемы профессионально-педагогической деятельности.

УДК 174.4

ББК 88.53

ISBN 978-5-467-00112-8 © Сысоева Е.Ю., 2006

© Самарский государственный университет,  
2006

## Содержание

Введение .....	4
Глава I. Теоретические основы психологии имиджа .....	6
Имидж: сущность, слагаемые, функции .....	6
Технологии имиджирования .....	12
Я-концепция .....	17
Вопросы для самопроверки .....	20
Литература .....	21
Практикум .....	22
Глава II. Невербальный имидж .....	37
Мимика и жесты .....	37
Личное пространство .....	43
Осанка и поза .....	44
Дизайн одежды .....	48
Вопросы для самопроверки .....	56
Литература .....	57
Практикум .....	57
Глава III. Вербальный имидж педагога .....	62
Специфика речи педагога .....	62
Голос педагога .....	63
Коммуникативные качества речи педагога .....	65
Вопросы для самопроверки .....	68
Литература .....	68
Упражнения на развитие вербального имиджа .....	69
Глава IV. Профессиональный имидж преподавателя вуза .....	79
Специфика имиджа преподавателя вуза .....	79
Сущность и функции педагогического общения .....	85
Вопросы для самопроверки .....	92
Литература .....	92
Практикум .....	94
Послесловие .....	98
Глоссарий .....	100
Список рекомендуемой литературы: .....	105

## ВВЕДЕНИЕ

Публичный образ в педагогической профессии приобретает первостепенное значение. Без позитивного имиджа не достичь крупных успехов в любой деятельности, не постичь радости человеческого внимания и понимания, невозможно сделать доступными секреты постижения собственного я, подлинного успеха в педагогической деятельности. Имидж – визуальная и личностная привлекательность личности, один из важнейших факторов мотивации обучения, выстраивания продуктивных межличностных отношений, создания благоприятной психологической атмосферы занятия.

Чем значительнее замыслы и претензии личности, тем более она озабочена собственным имиджем. У такой личности стремление к созданию яркого и позитивного имиджа – мощный внутренний мотиватор, побуждающий ее на огромную работу над собой, на преодоление в себе всего того, что мешает быть лидером и авторитетом.

Имиджелогия как наука о построении имиджа, выделяет основные аспекты обаятельного облика, занимается вопросами оптимизации взаимоотношений людей друг с другом. Именно в сфере межличностных отношений человек создает притягательный образ, вызывающий у людей чувство взаимной симпатии. Когда положительный потенциал преобладает в человеке, ему кажется, что все его любят, а он любит всех – это высший взлет человеческий, кульминация его жизни.

Однако пленительной внешности недостаточно, чтобы стать обаятельной личностью. Важным принципом создания имиджа является воздействие не только на сознание, но и на подсознание, что требует представления внутренних качеств личности (интеллект, духовная нравственная основа, ораторские способности).

Глубокая личность с богатой духовной жизнью не всегда может вызвать чувство симпатии, притяжения и комфорта во взаимодействии. В построении имиджа важное значение имеет овладение технологиями самосозидания, подачи самого себя. Технология предполагает определенные ступени совершенствования: от построения позитивной я-концепции и управления мимикой и пантомимикой до совершенствования техник коммуникативной механики.

Имидж – это не желание, а исследование, ответ на вопрос: «Кто я такой?», поэтому необходимой процедурой в построении имиджа является

самомониторинг, исследование своего поведения и его коррекция с учетом требований ситуаций. Применительно к имиджу, самомониторинг начинается с вопроса, какое впечатление мы производим на других людей в настоящее время, поэтому в пособии предлагается диагностический материал по основным имиджевым характеристикам.

Искусство управления имиджем заключается в обретении индивидуального стиля, созданного на основе личной уникальности с учетом требований значимой социальной среды.

Данное пособие адресуется тем, кто интересуется личным и профессиональным имиджем, ищет способы и приемы повышения собственной привлекательности и аутокомпетентности. Пособие носит практико-ориентированный характер и посвящено самоопределению в индивидуальном имидже.

## ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ИМИДЖА

### Имидж: сущность, слагаемые, функции

*Никто не может научиться у человека, который не нравится*  
*Ксенофонт*

Слово имидж (от англ. image) означает образ, облик, представление, подобие. Сначала этот термин использовался в коммерческой сфере, в рекламе для дифференциации однородных товаров. В начале 60-гг XX в. он вошел в политический лексикон в связи с появлением новых методов проведения избирательных компаний. В современном обществе интерес к имиджу, как социально-психологическому феномену велик, его социальная ценность растет на наших глазах, даже появилось новое направление общественной жизни – индустрия имиджа. Существуют две главные причины повышения внимания к имиджу: усиление «нарциссических» тенденций в современном обществе и развитие технических средств коммуникации. Современная эпоха провозглашает индивидуальное самовыражение одной из ведущих ценностей личности, а личный успех – ее первоочередной задачей.

Как социально-психологический феномен имидж имеет ряд особенностей:

- формируется в процессе непосредственного или опосредованного взаимодействия людей;
- одновременно зависит от качеств своего прототипа, и от особенностей окружающих людей;
- имеет символическую форму;
- выступает в форме обобщенного образа/представления, постепенно принимающего форму социального стереотипа;
- требует специальных усилий со стороны носителя.

Феномен имиджа многогранен, поэтому существует несколько определений имиджа. Известный социолог Э. Гоффманн определяет имидж как искусство управлять впечатлением. Российский имиджелог В. Шепель считает, что имидж – форма жизнепроявления человека, благодаря которой на люди выставляются сильнодействующие личностно-деловые характеристики [13, 142-143].

Исследователь разделяет имидж и образ. Образ – есть некая обобщающая характеристика личности, устойчивые ее индивидуальные качества, обусловленные временем, принадлежностью к определенному слою людей, типичными условиями жизни. Имидж – фасадная часть образа, в которой манеры, жесты, мимика выступают в качестве наиболее впечатляющих архитектурных элементов.

В понимании А. Пелиха, Т. Кизилова, А. Пронченко имидж – оценка морально-личностных, интеллектуальных, профессиональных качеств окружающими людьми. И – самопрезентация. Конструирование человеком своего образа для других, умение держаться в деловой и неофициальной обстановке [9, 18-19].

Е.В. Змановская под имиджем понимает «эмоционально окрашенный публичный образ кого-либо/чего – либо, принимающий форму устойчивого стереотипа» [1,9].

Имидж формируется на основе природы, естества или натуры человека: он может совпадать и не совпадать с натурой. Главное в имидже связано не с глубинными психологическими свойствами и особенностями человека, а их видением другими людьми. Крайний вариант имиджа – фантом, под которым практически отсутствует реальная почва, все основывается на фикции, обмане.

Роль имиджа в достижении личного и профессионального успеха велика: специалисты по имиджу утверждают, что содержание речи дает 7% информации, голосовые характеристики – 38%, максимальное же число информации дает нам внешность человека – 55% (поза, прическа, одежда).

Вопрос о составляющих структуры имиджа является полемичным в современной имиджелогии. Еще с древнейших времен сформировались определенные представления о слагаемых образа, влияющих на его позитивное восприятие. Среди них были: физические качества человека (сила, ловкость), духовные (жизненный опыт, мудрость, интеллект, способность к магии). Называлась группа, связанная с социальными характеристиками человека – возрастом, знатностью, принадлежностью к правящему сословию, результатами правления – экономическими успехами, военными победами и прочие.

Одни из этих характеристик (рост, телосложение, черты лица) имеют природный характер и с трудом поддаются изменениям, хотя могут быть изменены с помощью спортивных тренировок, косметики и пластической

операции. Даже данный природой голос можно сделать более приятным соответствующими упражнениями.

Ряд авторов выделяют слагаемые, элементы имиджа независимо от его характера или типа. По мнению И. Ладанова, в имидже сплетены два элемента – уверенность в себе и позитивная энергетика. Американские исследователи Г. Нолл и К. Тенкерслей важнейшим элементом позитивного имиджа считают: коммуникативные способности (письменные формы, выступления, четкую артикуляцию); далее в порядке значимости следуют ухоженность (элементы личной гигиены: кожа, волосы, ногти), внешний облик (общий вид: фигура, физическая форма, одежда) и хорошие манеры.

В.М. Шепель включает в имидж такие качества, как коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, красноречивость; свойства личности, которые являются следствием образования и воспитания: нравственные ценности, психическое здоровье (способность к саморегуляции, саморасслаблению, самовнушению), жизненный и профессиональный опыт. Немаловажное значение в структуре имиджа принадлежит биоэнергетике как способности «излучать» энергию. Приоритетные характеристики имиджа, по мнению ученого: воспитанность, эрудиция, профессионализм [13].

Структура имиджа предполагает наличие определенных свойств, степень их выраженности, соподчинение по важности. Е.В. Змановская [1,17-18] располагает их в направлении от внешних и изменчивых проявлений к внутренним стабильным качествам:

1. *Внешний облик (портретные характеристики):*

- физические данные (рост, фигура)
- костюм (одежда, обувь, аксессуары);
- прическа;
- манера поведения и речи;
- жесты, взгляд, мимика;
- особенности голоса;
- запах.

2. *Имиджевая символика:*

- имя;
- личные символы (цвет, числа, герб, марка);
- личная атрибутика (повторяющиеся детали и признаки внешнего вида);

- социальные символы и символы социального престижа (деньги, положение в обществе, профессия, занимаемая должность, марка машины, предпочитаемый вид спорта).

### 3. Социально-ролевые характеристики:

- репутация (общественное мнение о человеке, основанное на его личных достижениях и заслугах);
- ампула (разыгрываемая социальная роль);
- миссия (социально важные цели, полезность для общества).

### 4. Индивидуально-личностные свойства:

- профессионально-важные качества;
- доминирующие индивидуальные характеристики;
- стиль взаимоотношений с людьми;
- пропагандируемые идеи;
- базовые ценности.

Кроме того, психологи выделяют *глубинные характеристики имиджа*:

- *Близость*: доступность образа, его способность вызывать ощущение «свой».
- *Экспрессивность*: пылкость, динамичность, эмоциональность, яркость образа.
- *Сексуальность* (эротичность): чувственность образа, способность притягивать внимание и стимулировать возбуждение.
- *Доминантность*: властность, сила образа, его способность вызывать желание подчиняться и следовать за прототипом.
- *Агрессивность*: разрушительный потенциал, способность вызывать страх и провоцировать гнев.
- *Архетипичность*: отражение в образа древнейших представлений и импульсов.
- *Эталонность*: воплощение родительских предписаний, доминирующих социальных ценностей и установок, способность вызывать ощущение «хороший».

Имидж, наполненный энергией нескольких из перечисленных свойств, обретает харизму. Немецкий политолог М. Вебер ввел понятие харизмы, которое по своему значению близко к греческому слову, обозначающему святость, одаренность, авторитетность, мудрость. Оно характеризует выдающиеся, необычные, сверхъестественные качества человека,

которыми он обладает в глазах своих последователей. Харизматический имидж вызывает сильные иррациональные переживания людей, сравнимые со священным трепетом. На осознаваемом уровне это проявляется как восторг, уважение, страстная приверженность, страх или прилив энергии. Харизматическая личность привлекает внимание, вызывает сильные чувства, удовлетворяет явные и скрытые потребности людей, демонстрирует уверенность, ведет за собой.

Функции имиджа довольно разнообразны и группируются определенным образом.

1. Ценностные: 1) личностно – возвышающая – благодаря созданию вокруг личности ореола привлекательности она становится социально востребована, раскованной в проявлении своих лучших качеств; 2) комфортизация межличностных отношений – обаяние привносит в общение симпатию и доброжелательность, а потому нравственную меру терпимости и такт; 3) психотерапевтическая – благодаря осознанию своей индивидуальности, незаурядности, повышение коммуникативности приобретает мажорное настроение и уверенность в себе.

2. Технологические функции: 1) межличностной адаптации – благодаря правильно избранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, установить доброжелательные взаимоотношения; 2) высвечивание лучших личностно-деловых качеств – благоприятный имидж дает возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя познать именно их; 3) затенение негативных личностных качеств и характеристик; 4) организация внимания – привлекательный имидж невольно притягивает людей, он импонирует им, а потому психологически легче, располагает к тому, что говорит и демонстрирует человек; 5) преодоление возрастных рубежей – искусно владея техникой самопрезентации, что проявляется в удачном выборе модели поведения и исполнении различных ролей, можно комфортно чувствовать себя с людьми разного статуса и положения, не сковывая себя комплексом собственного возраста.

Имидж состоит из комплекса частных имиджей:

- средовой (та среда обитания, что окружает конкретно – квартира, кабинет, автомобиль, продукты деятельности и др.);
- габитарный (внешний вид, который определяется габаритами вашей конституции и стилем одежды);

- вербальный (то, как Вы говорите);
- кинетический (особенности осанки, движений, мимики).

Английская исследовательница Элери Сэмпсон представляет личный имидж как сочетание ряда внешних и внутренних факторов, задающих основы для *самоимиджа, воспринимаемого имиджа и требуемого имиджа*.

*Самоимидж* вытекает из прошлого опыта, отражает нынешнее состояние самоуважения, существенно преувеличивает и конденсирует положительные качества и свойства человека.

*Воспринимаемый имидж* – то, как видят нас другие. Это точка зрения может весьма отличаться от предыдущей.

*Требуемый имидж*: ряд профессий требуют определенных имиджевых характеристик. В некоторых случаях этому способствует тип одежды: военная форма придает авторитетность. Судебная мантия отрывает от обыденности бытия. Корона на голове выделяет среди подданных.

*Текущий имидж* основан на внешнем взгляде журналистов, клиентов, избирателей и сотрудников.

*Желаемый имидж* исходит из идеала, из желаний и стремлений. Черты желаемого или идеального имиджа опираются на некий архетип лидера, существующий в общественном сознании. Ему свойственны такие черты как: семейственность, общительность, демократизм, неофициальность, спокойствие, доверительность, дружелюбие, наличие друзей, типичный образ жизни (упорядоченность, здоровье, деятельный характер), простой язык, надежность, убежденность, оптимизм, обаяние, шутливость.

*Корпоративный имидж* характерен для всей организации и включает ее репутацию, успехи, стабильность.

*Множественный имидж* создается при существовании нескольких структур внутри одной организации. В этом случае каждая организация должна работать на конечный имидж и не перечеркивать имиджевые характеристики в целом.

## Технологии имиджирования

*Тот, кто может ответить на вопрос «Для чего?»,  
Почти всегда может ответить на вопрос «Как?»*

*Ф. Ницше*

Имиджирование – специфический вид искусства, ибо он связан с созданием привлекательного образа. Создание имиджа – длительный процесс, который зависит от выбранной его создателями стратегии, тактики и технологии. С психологической точки зрения имиджирование опирается на ряд механизмов: фасцинацию и аттракцию. Фасцинация (англ. fascination – очарование, обаяние) связана с речевым, словесным воздействием, при котором достигается минимизация потерь информации, возбуждается и усиливается внимание и интерес. Аттракция (от англ. attraction – привлечение, притяжение) – визуально фиксированное эмоциональное отношение человека к кому-либо в виде проявления к нему симпатии или готовности к общению. Фасцинация и аттракция – неотъемлемые элементы имиджирования; имеется множество способов обеспечения их наилучшего эффекта. Человек может и сам провести работу по созданию и усовершенствованию имиджа, однако его возможности этом плане ограничены, так как он всегда находится под гнетом уже сформировавшегося у него образа собственного «Я», в котором отражена биография, прошлое, на которые решающим образом влияют на уровень самооценки.

Видение себя (образ «Я») никогда не совпадает и не может совпадать с образом того же человека, который существует в восприятии других людей (образом «Я» других). Сам человек вследствие объективно существующих причин не может взглянуть на себя со стороны. Человек чаще всего преувеличивает свои умения в сфере устройства собственного имиджа.

Имидж формируется последовательно, поэтапно:

1. Осознание необходимости целенаправленного конструирования имиджа.
2. Определение целей построения имиджа (зачем мне это нужно?)
3. Формулировка впечатления (каково то впечатление, какое я хочу произвести?)
4. Формулировка количества и видов необходимых визуальных образов – имиджей.
5. Определение адресата имиджа (учет особенностей аудитории).

6. Выявление субъективных и объективных ограничителей имиджа.
7. Самооценка внешности.
8. Овладение технологией презентации внешности.
9. Поиск девиза-установки для себя.
10. Создание банка приемов формирования индивидуального имиджа.
11. Предварительное построение образа («разведка боем»).
12. Самооценка успешности «предварительного имиджа», внесение корректировок.
13. Отшлифовка имиджа, формирование гардероба.
14. Анализ вероятности достижения поставленной цели и выявление причин понижения этой вероятности.
15. Внедрение имиджа, проверка практикой общения.
16. Дальнейшее самосовершенствование и развитие имиджа.

Для представителей профессий, непосредственно связанных с массовой коммуникацией или межличностным взаимодействием, эффективный имидж становится одной из наиболее важных составляющих, успеха, условием выполнения профессиональных задач.

Профессиональным имиджем можно управлять. Управление предполагает стимулирование изменений имиджа в соответствии с личными и профессиональными целями. Управление осуществляется в три этапа: проектирование желательного имиджа с учетом личных целей и особенностей имиджевой аудитории; реализация желательного имиджа в деятельности и жизни; получение обратной связи, корректировка и дальнейшее развитие имиджа.

Проектирование имиджа означает создание личной концепции и включает в себя 3 этапа:

- формулировка имиджевых целей и имиджевой стратегии;
- описание имидж-портрета (содержательной характеристики желательного образа);
- выбор способов, каналов и средств продвижения личного имиджа.

Проектирование имиджа начинается с уточнения имиджевых целей, которые вытекают из личных приоритетов и ценностей. В наше время уважением пользуются те, кто:

- хорошо знает, чего хочет;
- ясно выражает свои желания и цели при взаимодействии с другими людьми;

- упорно идет к достижению своей цели;
- «делает» себя сам, добивается успеха благодаря собственным заслугам и усилиям.

Людей, обладающих такими качествами, называют цельными, асертивными, целеустремленными, деловыми.

В управлении личным имиджем отчетливо прослеживаются три основные стратегии (стратегия – направление и наиболее общие ориентиры в построении имиджа):

- стратегия универсального имиджа, формируемого на основе социальных стереотипов и коллективных образов;
- стратегия целевого имиджа, ориентированного на конкретную имиджевую аудиторию;
- стратегия креативного взрыва, отвергающего стереотипы и привычные образцы.

Первый путь состоит в создании массового имиджа, то есть образа, ориентированного одновременно на различные социальные группы. Цель универсального имиджа: достижение популярности и массового признания. Самым надежным способом реализации массового имиджа является максимальное воплощение в нем общечеловеческих ценностей: мужества, трудолюбия, гуманизма, сотрудничества.

Формирование имиджа опирается на технологию самопрезентации. Технология – это система способов, приемов, шагов, последовательность выполнения которых обеспечивает решение задач воспитания, обучения и развития личности обучаемого, а сама деятельность представлена процедурно, как определенная система действий; разработанное и процедурное воплощение компонентов педагогического процесса в виде системы действий, обеспечивающий гарантированный результат. Технологии самопрезентации включают в себя:

- 1) выстраивание позитивной «Я-концепции» – морально-психологическая подготовка к педагогическому взаимодействию;
- 2) создание фейсбилдинга – создание лица с учетом всех сопутствующих факторов;
- 3) отработка кинесических средств воздействия – телесное информирование (позы, жесты);

4) дизайн одежды (подбор и ношение одежды) – главным критерием является соответствие внешнего вида преподавателя задачам педагогической деятельности (продуманность, сдержанность, эстетическая выразительность);

5) формирование риторической оснащенности образа или речевого поведения;

6) флюидное излучение – создание личностью биоэнергетического поля;

7) развитие коммуникативной механики – мастерство общения.

Социальный психолог Е.В. Змановская считает, что в построении эффективного имиджа необходимо использовать определенные техники.

*Техники создания яркого и узнаваемого образа* (цель – привлечь внимание, запомниться, стать узнаваемым):

- выбор подходящего имени;
- типизация. Типаж – обобщенный социальный тип, легко различимый и доступный каждому человеку. Цель типизации – повышение узнаваемости и легкости восприятия конкретного типа. Человек замечает только то, что соответствует культурным стереотипам, используя уже готовые типажи и воспроизводя их в своем имидже. Например, женские типажи: роковая красавица (М. Дитрих), эмансипе (Д. Фонда), секс-символ (Мадонна, Монро), загадочная незнакомка (Р. Литвинова), женщина – вамп (Шарон Стоун), милая простушка (Е. Глущенко), железная леди (М. Тэтчер, Г. Старовойтова), или мужские типажи: великий простак (Ч. Чаплин); крутой парень (Ч. Норрис. А. Шварцнегер), джентельмен, или универсальные типажи: герой, звезда, новый русский, народный любимец, миротворец, тиран, стильная штучка, душечка, свой парень и т.д.;

- стилизация;
- использование имиджевой символики;
- мифологизация образа;
- эпатаж.

*Техники формирования позитивного отношения* (цель: вызвать положительные чувства – доверие, интерес, симпатию):

- повышение внешней привлекательности;
- позитивный настрой;
- создание безупречной репутации (целенаправленное создание положительного общественного мнения о себе благодаря конструктивному поведению и следованию социальным нормам);

- позитивные послания окружающим людям;
  - личное участие (проявление искреннего интереса к людям, оказание поддержки и реальной помощи);
  - дистанцирование от негативных символов (отмеживание от компрометирующих фактов, фигур, групп);
  - умение договариваться и конструктивно разрешать конфликты.
- Люди формируют представление о человеке на основе того, как он ведет себя в конфликтных ситуациях. Умение не растеряться в трудной ситуации и сохранить свое достоинство – бесценное качество для формирования положительной репутации.

*Внешняя привлекательность, позитивный настрой и положительная репутация* – три главных условия расположения к себе людей. Репутация формируется годами, она является результатом систематического выполнения человеком наиболее важных социальных норм и представляет собой общественное мнение (суждение) о соотношении достоинств и недостатков конкретного человека. Репутация может быть *безупречной* (в случае отсутствия недостатков и проступков), *хорошей* (с преобладанием достоинств), *подмоченной* (с выявленными недостатками), *дурной* (с доминированием пороков).

*Техники возвышения имиджа* (цель – повысить значительность, силу, авторитетность, убедительность образа):

- присоединение к безусловным социальным ценностям;
- усиление личной власти (создание собственной организации, получение руководящей должности в уже существующих структурах);
- повышение физической силы и выносливости;
- повышение уверенности и внутренней энергии;
- личный вклад (достижения, заслуги и труды);
- миссионерство – возложение на себя обязательств в решении актуальных социальных задач (благотворительность, экология, просветительская деятельность, спонсорство);
- присоединение к общепринятым авторитетам (контакты с авторитетными людьми, хорошо зарекомендовавшими себя организациями);
- создание ореола/контекста (получение должности или научной степени, написание книги).

## **Я-концепция**

*Хорошее мнение о себе – половина счастья  
Польская пословица.*

«Я-концепция» – первый этап работы в технологии личного обаяния, формирование собственного самонастроения на позитивное отношение к миру и самому себе: познать себя, принять, полюбить и научиться помогать себе. Становление личности происходит в процессе социализации. По мнению Л.С. Выготского, личность становится для себя тем, что она есть в себе, через то, что она предъявляет другим. Это процесс становления личности. За всеми высшими функциями, их отношениями стоят социальные отношения, реальные отношения людей.

По Р. Бернсу, Я-концепция – совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с отношением к себе или к отдельным своим качествам. Качества, которые мы приписываем собственной личности, не всегда объективны и с ними не всегда готовы согласиться другие люди. В попытках охарактеризовать себя присутствует сильный оценочный момент. «Я-концепция» – не только констатация, описание черт своей личности, но и вся совокупность оценочных суждений и связанных с ними переживаний, то есть самооценка.

Я-концепция – достаточно сложное и многоуровневое образование. «Реальное Я» – это то, каким человек кажется в действительности, каким он видит себя в данный момент. «Идеальное Я» – каким он поставил себе цель быть или то, к чему неосознанно стремится. «Идеальное Я» является основным побудителем, движущей силой поведения и действий человека, ориентиром его личностного роста. «Зеркальное я» хранит в себе наши смутные, а иногда и ясные представления о том, что думают обо мне другие. «Зеркальное Я» – это то, что заставляет нас страдать и радоваться, ограничивает или стимулирует в наших действиях. Мы осознаем себя как существо физическое, эмоциональное, умственное, социальное во всех этих Я.

Самооценка является не только инструментом создания образа Я, но и одной из его составляющих, это личностное суждение о собственной ценности.

Факторы, оказывающие влияние на формирование самооценки:

1. Сопоставление образа Я реального с образом Я идеального – представлением о том, каким человек хотел быть. Высокая степень совпадения Я реального с Я идеальным считается важным показателем психического здоровья. В классической концепции У. Джемса представление об актуализации идеального «я» положено в основу самооценки, которое определяется как математическое отношение реальных достижений индивида к его притязаниям. Кто достигает в реальности характеристик, определяющих для него идеальный образ Я, тот должен иметь высокую самооценку. Если человек ощущает разрыв между этими характеристиками, его самооценка будет низкой.

2. Второй фактор формирования самооценки связан с интериоризацией социальных реакций на данного индивида. Иными словами, человек оценивает себя так, как, по его мнению, оценивают его другие.

3. Индивид оценивает успешность своих действий и проявлений через призму собственной идентичности. Он испытывает удовлетворение не просто от того, что он что-то делает хорошо, а потому, что он избрал свое дело и делает его хорошо.

Таким образом, повысить самооценку человек может, увеличив свои достижения, либо уменьшив свои притязания. Самооценка носит субъективный характер независимо от того, лежат ли в основе субъективные суждения индивида о себе или индивидуальные стандарты и идеалы, мнения других. Самооценка отражает степень развитости у человека чувства самоуважения, ощущения собственной ценности и позитивного отношения ко всему тому, что входит в сферу «Я». Предметом самовосприятия и самооценки могут стать тело, манеры, способности, социальные отношения.

Положительная «Я-концепция» определяется: твердой убежденностью в том, что вы импонируете другим людям; уверенностью в способности к тому или иному виду деятельности; чувством собственной значимости. «Я-концепцию», в сущности, определяет индивид: что он о себе думает, как определяет свое деятельное начало.

Я-концепцию можно рассматривать как совокупность установок, направленных на самого себя. Установка включает 3 главных элемента:

- убеждение индивида, которое может быть как обоснованным, так и необоснованным (когнитивная составляющая); представление индивида о самом себе.

- эмоциональное отношение к этому убеждению (эмоционально-оценочная составляющая), самооценка – аффективная составляющая представления, которая может обладать различной интенсивностью, поскольку конкретные черты личности могут вызывать сильные эмоции, связанные с принятием и осуждением;
- соответствующая реакция, которая выражается в поступках (поведенческая составляющая).

Образ Я зависит от уровня развития самосознания. Человек с низким уровнем развития самосознания обладает интуитивным ощущением себя и того, что с ним происходит. У него возникает или чувство самодовольства, или смутное недовольство собой. Высокий уровень развития самосознания проявляется в осмысленном, осознанном представлении о себе. Он предполагает наличие у человека рефлексии, постоянного диалога с самим собой, наблюдения и самоанализа своих чувств, поступков, действий. Только тогда формируется целостная, неискаженная концепция Я, соответствующая истинному Я человека.

Развитие Я-концепции необходимо прежде всего для понимания самого себя. Расхождение между концепцией Я и истинным Я человека приводит к неумению предвидеть свое поведение в той или иной ситуации. Понимание самого себя – исходный толчок для совершенствования личности.

Человек стремится к достижению внутренней согласованности, к гармонии своего Я. Противоречивый опыт, вносящий рассогласование в структуру личности, может усваиваться с помощью защитно-психологических механизмов: агрессии или рационализации, искажения или отрицания, позволяющих удерживать Я-концепцию. Человек стремится преодолеть диссонанс между непосредственным опытом и «Я-концепцией». Искажение требует изменения личностной значимости переживания (события оцениваются не сами по себе, значение им придает отягощенный прошлым опыт); отрицание как бы устраняет сам факт наличия переживания.

Будучи существом общественным, человек не может не принимать социальные и культурные роли, определяемые условиями жизни. Если человек стремится получить одобрение окружающих, он должен соответствовать общепринятым стандартам.

Я-концепция способствует достижению внутренней согласованности, определяет характер интерпретации опыта и служит источником ожиданий.

Одним из способов развития Я-концепции является принятие себя. Жизненная функция самосознания – не просто дать человеку достоверные сведения о себе, а помочь выработать позитивную Я-концепцию. Многие не реализуют себя потому, что отсутствует позитивное самовосприятие и представление о себе как о ценности. Существует тесная связь между Я-концепцией педагога и учащихся. Установлено, что у педагога, имеющего положительное самовосприятие, ученики имеют более позитивные Я-концепции, чем у наставника с противоположной направленностью.

### **Вопросы для самопроверки**

1. Как вы считаете, почему в психолого-педагогической литературе существуют различные определения понятия имидж? Какое из приведенных определений вам кажется наиболее правильным?

2. Чем, на ваш взгляд, вызван интерес к изучению имиджевых эффектов в современной культуре?

3. Выделите наиболее значимые компоненты, составляющие имидж. Обоснуйте свой выбор.

4. Каковы функции имиджа?

5. В чем заключается главная трудность формирования имиджа?

6. Назовите наиболее эффективные средства, используемые вами для формирования собственного имиджа.

7. Обоснуйте характеристики идеального имиджа, опирающегося в общественном сознании на архетип лидера. Какие качества вы добавили бы к этому «идеальному списку»?

8. Каковы, на ваш взгляд, глубинные психологические имиджевые характеристики педагога?

9. В чем заключается важность развития Я – концепции для личности в целом, для педагога, в частности?

10. Считаете ли вы открытость эффективным способом развития Я – концепции?

## Литература

1. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005.
2. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя. – М.: ВЛАДОС, 2004.
3. Климов Е.А. Педагогический труд: психологические составляющие: Учебное пособие. – М.: Изд-во Московского университета, 2004.
4. Марченко Г.И., Носков И.А. Имидж в политике. – М.: ВЛАДОС, 1997.
5. Маценко В.Ф. Имидж: психология создания. – Киев: Эльга Нико Центр, 2002.
6. Митина Л.М. Психология труда и профессионального развития учителя. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
7. Никитина Н.Н. Введение в педагогическую деятельность: Теория и практика: Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
8. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер или о том, как создать свой имидж. – М.: Владос, 2001.
9. Пелих А, Кизилова Т, Пронченко А. Имидж делового человека. – М.: Академия, 1997.
10. Перельгина Е.Б. Психология имиджа. Учебное пособие. – М. Аспект Пресс, 2002.
11. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М.: Рефл Бук Ваклер, 2000.
12. Прихожан А.М. Психология неудачника: Тренинг уверенности в себе. – М.: ВЛАДОС, 1997.
13. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – М.: Народное образование, 2002.

## Практикум

### Компоненты имиджа (самооценка)

Компонент имиджа	Недостаточный	Средний	Сверх нормы	Исключительный
Звучание голоса				
Коммуникативные способности				
Выступление				
Умение вести себя в обществе				
Знание этикета сервировки				
Контакт взглядом				
Подача руки				
Осанка				
Физическое здоровье				
Ухоженность (волосы, кожа, руки)				
Манера одеваться (свой стиль)				
Хорошие манеры (воспитанность)				

За каждый компонент, отмеченный как исключительный, засчитывается 3 очка, сверх нормы – 2 очка, средний – 1 очко, недостаточный – ни одного очка. Общая сумма ответов, составляющая от 25 до 36 очков, свидетельствуют о вполне **респектабельном** имидже, от 13 до 24 – о **приемлемом**, от 9 до 12 очков – о **среднем**, менее 8 очков – о **губительном**.

Характеристика образа	Степень выраженности				
	1	2	3	4	5
<b>Яркость</b> <b>Понятность</b> <b>Позитивность</b> <b>Влиятельность</b> <b>Популярность</b> <b>Естественность</b>					

Оцените по пятибалльной системе то возможное впечатление, которое вы производите на окружающих людей. Предложите проделать это людям из вашего окружения. После того, как каждый из них выставит свои оценки, подсчитайте средний балл по шести качествам.

Сделайте выводы.

### Оценка имиджа (методика Е.В. Змановской)

Качество								Качество
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Активный (ая)								Пассивный
Внимательный								Равнодушный
Внушает доверие								Вызывает недоверие
Доброжелательный								Агрессивный
Естественный								Скованный
Надежный								Ненадежный
Общительный								Закрытый
Организованный								Неорганизованный
Оптимист								Пессимист
Поддерживающий								Критикующий
Понятный								Непонятный
Самостоятельный								Зависимый
Сильный								Слабый
Сексуальный								Асексуальный
Решительный								Робкий
Тактичный								Бестактный
Требовательный								Мягкий
Уступчивый								Упрямый
Честный								Беспринципный
Яркий								Серый

Указания: попытайтесь оценить самого себя по 20 качествам, в каждой строке поставьте точку или крестик, соответствующую степени вашей личной приближенности к левому или правому полюсу заданного критерия.

Соединив линией полученные точки, вы получите профиль самовосприятия. Также необходимо подсчитать средний балл по всем оценкам. Если он находится в пределах от «0» до «+3», то у вас позитивное самовосприятие. Если средний балл ниже нуля, необходима психологическая помощь для коррекции самоощущения, поскольку наше отношение к себе легко передается окружающим людям.

Теперь необходимо получить оценки 5-7 человек. Попросите их проделать ту же процедуру – оценить вас по заданным свойствам. Полученные оценки суммируются и делятся на число участников. Таким образом, по каждому качеству получается средняя оценка и вычерчивается средний профиль. Это и есть ваш публичный образ. Теперь остается только сравнить данный образ с самоощущением и ответить на вопросы:

- устраивает ли вас впечатление о себе окружающих людей?
- По каким позициям совпадают, а по каким не совпадают ваше мнение о себе и мнение окружающих вас людей?
- Чтобы вы хотели изменить в собственном имидже?

### Социально-психологические качества

Слагаемые имиджа	Воспринимаемые положительно	Воспринимаемые отрицательно
Интеллект	Логичность, четкость формулировок, широта охвата проблем	Непоследовательность, противоречивость, размытость формулировок, односторонность
Воля	Решительность, активность, энергичность, настойчивость, самообладание	Нерешительность, вялость, подавленность, несдержанность, импульсивность, упрямство
Общительность: открытость и закрытость	Расположенность к общению, искренность, умение слышать людей	Замкнутость, суровость, лживость, отталкивание людей, глухота к людям и их мнению
Самооценка	Уверенность в себе	Неуверенность, переоценка своих возможностей

Реакция на ситуацию	Быстрота, находчивость, выдерживание своей позиции	Замедленность, зависимость от ситуации
Информированность, компетентность	Обширные	Узкие
Опыт, профессионализм	Владение различными навыками и профессиональными умениями	Отсутствие таковых или ограничение
Нравственные качества	Соответствие общепринятым ценностям – честность, порядочность и др.	Несоответствие принятым ценностям

### Языки: внешности, речи, тела

Слагаемые имиджа	Воспринимаемые Положительно	Воспринимаемые отрицательно
Речь	Краткость, внятность, образность, интонационная выразительность Хорошая дикция, обоснованность	Многословие, невыразительность, монотонность, дефекты произношения
Одежда	Уместность цвета и стиля одежда. Соответствие с фигурой и возрастом	Неопрятность, использование несочетаемых, кричащих деталей одежды.
Волосы	Ухоженность, аккуратность, естественность прически	Растрепанность, вычурность
Мимика	Выразительность, доброжелательность	Скованность, напряженность, чрезмерность
Жесты	Сдержанность, выразительность	Неумеренность, полная статичность
Походка, осанка, поза	Твердость, устойчивость, энергичность, подтянутость	Расслабленность, неустойчивость.

## Черты голоса

Желательные черты	Нежелательные черты
1. Приятное звучание	Неприятное звучание
2. Сила голоса	Слабость голоса
3. Варьирование тональностей	Монотонность
4. Отчетливость звуков	Смещение звуков
5. Спокойствие	Нервозность
6. Чувство уверенности	Неуверенность
7. Размеренность	Крикливость
8. Дружелюбие	Командирский тон
9. Твердость	Плаксивость
10. Музыкальность	Гнусавость
11. Соучастие	Назидательность
12. Плавность	Резкость
13. Совершенство дикции	Изъяны дикции
14. Терпеливость	Капризность

### Формула оптимизма

«Я-концепция» – это мини-гимн самому себе, любви к себе, что выступает субъективным аспектом самовнушения. Открыть свое Я, принять себя, сформировать целостный образ Я в состоянии каждый человек. Попробуйте встречать каждый новый день, повторяя мини-гимн «Я – чудо!»

Подготовка и разучивание мини-гимна «Я – чудо!».

1. Прочитайте текст.

2. Прочитайте выразительно еще два раза, делая особый упор на те слова, которые приятны.

3. Внесите коррективы в гимн, какие пожелаете, чтобы он был обдуманным и носил личностный смысл, стимулировал Ваше хорошее настроение.

4. Еще раз прочитайте про себя.

5. Читая гимн, постарайтесь внушить себе жизнерадостное настроение.

6. Прочитайте вслух свой гимн «Я – чудо!».

Повторять гимн себе любимому надо каждый день с перерывом 15-30 сек. При необходимости – чаще!

Мини-гимн «Я – чудо!»

Я счастливый человек! Я самый счастливый человек на свете! У меня хорошее настроение! У меня всегда хорошее настроение! У меня отличное настроение!

Мои глаза излучают счастье! Моя походка излучает счастье! Я весь излучаю счастье! Я живу – и поэтому я счастлив!

Я оптимист! Солнце для меня всегда самое яркое, а небо самое голубое!

На меня можно всегда положиться. Я не подведу!

Я умею дружить. Благо семьи – приоритет для меня! Я внимательный и заботливый. Меня ценят и уважают мои друзья, близкие и коллеги. Со мной всегда легко и весело.

Я общительный. Ко мне тянутся люди. Со мной интересно и спокойно.

Я постоянно работаю над собой. Я доказываю это своим делом, умением дорожить своим достоинством, семейной честью.

Я благодарю своих родителей за жизнь и радость общения!

### **Упражнение «Я – идеальное»**

Цель – исследовать свой прошлый опыт, обнаружить упущенные возможности, найти способы их самореализации.

Задайте себе вопрос: «Кем бы я мог стать, если бы реализовал все свои возможности?» и запишите 10 ответов.

### **Упражнение «Я – реальное»**

Цель – показать возможности самоисследования и расширить представления о себе.

1. Задайте себе вопрос: «кто я?» и запишите 10 первых пришедших в голову ответов.

2. Представьте себе значимого для Вас человека, какую характеристику он дал бы Вам? Запишите 10 ответов.

3. Сопоставьте и сравните ответы 1 и 2 пункта.

### **Упражнение «Мои жизненные планы»**

Составьте для себя список желаемых результатов и расположите его в порядке убывания ценности каждого. Ответьте на вопросы: Чего я уже добился? (Мой успех). Чего хочу добиться в ближайшее время? Мои глобальные цели?

Это и будет вашей жизненной программой в осуществлении себя.

### Упражнение «Мое самовосприятие» (по Р. Бернсу)

	Меня это радует	Мне это безразлично	Мне это неприятно
Я счастливый У меня ничего не ладится Я тугодум Я неуклюжий Я зануда Я неудачник Я добросовестный Я обманщик Я интроверт Я фантазер Я оптимист Я человек надежный Я раздражительный Я хороший друг Я подвержен настроению Я общителен Я религиозный Я умный Я слабый Я опрометчивый			

Теперь распределите выделенные характеристики по трем столбцам, выражающим Ваше отношение к собственным качествам. Много ли нашлось характеристик, которые Вас удовлетворяют? Будем надеяться, что большинство. Если это так, то у Вас высокое самовосприятие.

Цель занятия – проанализировать свой психологический портрет, определить, что Вы знаете о себе и как к себе относитесь.

### Методика «Индекс жизненной удовлетворенности»

В таблице приведены наиболее частые суждения людей о своем настроении в разные периоды жизни. Прочитайте, пожалуйста, каждое суждение и отметьте, согласны вы с ним или нет. Для этого для каждого суждения обведите кружочком цифру, соответствующую подходящему ответу.

	Суждения	Согласен	Не согласен	Не знаю
1	Многое из того, что случилось в моей жизни, превзошло мои ожидания	1	2	3
2	Жизнь несет мне больше разочарований, чем большинству людей, которых я знаю	1	2	3
3	Сейчас для меня наступили самые мрачные дни	1	2	3
4	Себе я пожелал (а) бы больше счастья в жизни	1	2	3
5	Сейчас я почти также счастлив (а), как и в прежние годы	1	2	3
6	Мне приходится заниматься делами, которые по большей части скучны и неинтересны	1	2	3
7	Сейчас я переживаю лучшие годы в моей жизни	1	2	3
8	Я считаю, что в будущем меня ожидают увлекательные дела	1	2	3
9	Как и прежде я занимаюсь тем, что меня привлекает	1	2	3
10	С годами я ощущаю все большую усталость (от жизни)	1	2	3
11	Ощущение возраста не беспокоит меня	1	2	3
12	Когда я оглядываюсь на прожитые годы, я испытываю чувство неудовлетворенности	1	2	3

13	Я ничего не стал (а) бы изменять в жизни, даже если бы представилась бы такая возможность	1	2	3
14	Я наделал (а) в жизни значительно больше глупостей, чем сверстники	1	2	3
15	Я выгляжу лучше, чем большинство ровесников	1	2	3
16	У меня есть планы, которые я намерена осуществить в ближайшее время	1	2	3
17	Оглядываясь на прожитые годы, могу сказать, что многое упустил (а) в жизни	1	2	3
18	Я чаще, чем другие, нахожусь в подавленном состоянии	1	2	3
19	От жизни я получил (а) довольно много из того, чего ожидал (а)	1	2	3
20	Что ни говори, но с возрастом большинству людей жить становится сложнее	1	2	3

Обработка результатов производится по ключу: для всех суждений: «не знаю» – 1 балл; для суждений под номерами: 1, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 19 «согласен» – 2 балла; «не согласен» – 0 баллов; для суждений под номерами 2, 3, 4, 6, 10, 14, 17, 18, 20: «согласен» – 0 баллов; «не согласен» – 2 б. Полученное значение будет индексом жизненной удовлетворенности. Чем выше индекс, тем ниже уровень эмоциональной напряженности, ниже уровень тревожности, выше эмоциональная устойчивость.

### **Оценка уверенности поведения**

Уверенность – свойство, крайне необходимое для формирования позитивного имиджа. Психологические исследования показывают, что уверенный человек оценивается положительно и вызывает уважение у окружающих людей. Оцените степень уверенности вашего поведения.

1. Вы узнали, что ваш знакомый говорил о вас не очень приятные вещи. Как вы поступите?

а) поговорите с ним об этом;

- б) перестанете с ним общаться
2. При входе в метро (автобус) вас грубо толкают в бок. В этом случае вы:
- в) пытаетесь пробиться вперед;
  - е) ждете, пока все пройдут;
  - а) вслух протестуете.
3. Во время спора вы замечаете, что у собеседника своя точка зрения. Вы:
- б) стараетесь не побуждать его к отказу от своего мнения;
  - д) пытаетесь убедить собеседника, что вы правы.
4. Вы опоздали на совещание. Все места уже заняты, за исключением одного в первом ряду. Вы:
- б) стоите у входа;
  - е) ищите другое место;
  - д) без колебаний отправляетесь в первый ряд.
5. Не кажется ли вам, что вы очень часто извиняетесь?
- е) да;
  - д) нет.
6. Трудно ли вам вступать в разговор с незнакомым человеком?
- е) да;
  - д) не очень.
7. В магазине самообслуживания вы не нашли нужного товара. Не удобно ли вам уходить с пустыми руками?
- б) да;
  - а) нет
8. На работе собирают деньги по какому-то случаю. Вы:
- в) сразу даете положенную сумму;
  - а) ждете, когда вас попросят;
  - г) вам приятно, когда вас просят об этом.
9. От вас требуют услугу, которая вам неприятна. Легко ли вам отказаться?
- в) да;
  - б) нет.
10. Вам предоставляется возможность поговорить с известным человеком. Вы:
- д) используете возможность;

е) отказываетесь.

11. Вас забыли включить в список на поощрение, хотя вы заслуживаете. Вы:

а) требуете объяснений;

г) молчите, чтобы не иметь неприятностей.

12. Ваш ребенок несправедливо получил низкую оценку. Вы:

б) ничего не предпринимаете;

е) встречаетесь с учителем для объяснения.

### **Обработка результатов:**

1) Подсчитайте, сколько получилось ответов, соответствующих каждой из четырех букв, например, а-4; б-1; в-5; г-0; д -1; е -1. в сумме должно быть 12.

2) Полученные цифры необходимо умножить на коэффициенты, указанные ниже, и записать результаты: а  $\times 3$ ; б  $\times 0$ ; в  $\times 5$ ; г  $\times 2$ ; д  $\times 4$ ; е  $\times 1$ .

3) Суммируйте полученные в результате умноженные числа.

4) Оцените свою уверенность по шкале:

38-42 балла – очень высокая; 30-37 – высокая; 26-29 – средняя; 25 – низкая.

Низкая степень уверенности плохо сочетается с эффективным имиджем и социальным успехом. Она требует психологической коррекции. В некоторых случаях имиджу может навредить и слишком высокая уверенность, которая воспринимается людьми как бестактность, грубость и эгоизм. К тому же, самоуверенный человек теряет интерес к мнению окружающих, становится нечувствительным к их переживаниям. Оптимальным проявлением уверенности является уровень чуть выше среднего.

### **Оценка агрессивности**

В настоящее время выделяют три основных вида поведения личности: асертивное, неуверенное, агрессивное.

Под *асертивным поведением* понимаются любые действия, связанные со спонтанным самовыражением и защитой собственных интересов без причинения вреда окружающим. Такое поведение одобряется в обществе и получает максимальные положительные оценки окружающих.

*Неуверенное поведение* считается нежелательным. Оно проявляется в скованности, неумении защитить себя и свои интересы. Человек, демонст-

рирующий страх и неуверенность, по сути – слабость, получает невысокую оценку со стороны окружающих людей. Неуверенное поведение существенно затрудняет достижение успеха в таких сферах деятельности, как политика, руководство людьми, воспитание детей и другие. Одновременно оно мучительно переживается самим человеком как внутренняя слабость и личная несостоятельность.

*Агрессивное поведение* осуждается в обществе, поскольку означает выраженное стремление к доминированию или причинению вреда окружающим людям. С точки зрения социальных норм демонстрация агрессии более нежелательна, чем проявления неуверенности. В социальном аспекте агрессия табуируется обществом наряду с сексуальностью и темой смерти. Это означает, что любые проявления прямой агрессии в мирных условиях сопровождаются осуждением и даже наказанием. Вести себя агрессивно неприлично. Современный человек должен уметь:

- 1) распознать собственную агрессию;
- 2) сдерживать агрессивные реакции;
- 3) сублимировать агрессию в одобряемые виды активности – руководящую деятельность, спорт, творчество.

Ниже приводится опросник Л.Г. Почебут, позволяющий измерить индивидуальный уровень агрессивности. Совпадет ли он с вашим привычным мнением о себе? Для ответа на этот вопрос вам необходимо честно, быстро и однозначно («да» или «нет») оценить 40 приведенных рассуждений.

1. Во время спора я часто повышаю голос.
2. Если меня кто-то раздражает, я могу ему сказать ему все, что о нем думаю.
3. Если мне необходимо будет прибегнуть к физической силе для защиты своих прав, я, не раздумывая, сделаю это.
4. Когда я встречаю неприятного мне человека, я могу позволить себе незаметно ущипнуть или толкнуть его.
5. Увлечшись спором с другим человеком, я могу стукнуть по столу, чтобы привлечь внимание или доказать свою правоту.
6. Я постоянно чувствую, что другие не уважают мои права.
7. Вспоминая прошлое, порой мне бывает обидно за себя.
8. Хотя я и не подаю вида, иногда меня гложет зависть.
9. Если я не одобряю поведение моих знакомых, то я прямо говорю об этом.

10. В сильном гневе я употребляю крепкие выражения, сквернословлю.
11. Если кто-нибудь поднимет на меня руку, я постараюсь ударить первым.
12. Я бываю настолько взбешен, что швыряю разные предметы.
13. У меня часто бывает потребность переставлять мебель
14. В общении с людьми я часто чувствую себя «пороховой бочкой», которая постоянно готова взорваться.
15. Порой у меня бывает желание зло подшутить над другим человеком.
16. Когда я сердит, то обычно мрачнею.
17. В разговоре с человеком я стараюсь его внимательно выслушать, не перебивая.
18. В молодости у меня часто «чесались кулаки», и я всегда был готов пустить их в ход.
19. Если знаю, что человек намеренно меня толкнул, то дело может дойти до драки.
20. Творческий беспорядок на моем рабочем столе позволяет мне эффективно работать.
21. Я помню, что бывал настолько сердитым, что хватал все, что попадало под руку, и ломал.
22. Иногда люди раздражают меня только одним своим присутствием.
23. Я часто удивляюсь, какие скрытые причины заставляют другого человека делать мне что-то хорошее.
24. Если мне нанесут обиду, у меня пропадает желание разговаривать с кем бы то ни было.
25. Иногда я намеренно говорю гадости о человеке, которого не люблю.
26. Когда я взбешен, я кричу самое злобное ругательство.
27. В детстве я избегал драться.
28. Я знаю, по какой причине и когда можно кого-нибудь ударить.
29. Когда я взбешен, то могу хлопнуть дверью.
30. Мне кажется, что окружающие люди меня не любят.
31. Я постоянно своими чувствами и переживаниями делюсь с другими людьми.
32. Очень часто своими словами и действиями я сам себе приношу вред.
33. Когда люди орут на меня, я отвечаю им тем же.
34. Если кто-нибудь ударит меня первым, я в ответ ударю его.

35. Меня раздражает, когда предметы лежат не на своем месте.

36. Если мне не удастся починить сломавшийся или порвавшийся предмет, то в гневе ломаю или рву его окончательно.

37. Другие люди кажутся мне всегда более преуспевающими.

38. Когда я думаю об очень неприятном мне человеке, я могу прийти в возбуждение от желания причинить ему зло.

39. Иногда мне кажется, что судьба сыграла со мною злую шутку.

40. Если кто-нибудь обращается со мной не так, как следует, я очень расстраиваюсь по этому поводу.

### **Ключ**

Агрессивное поведение в зависимости от формы проявления может оцениваться по 5 шкалам.

Вербальная агрессия (ВА) человек вербально выражает свое агрессивное отношение к другому человеку, использует словесные оскорбления.

Физическая агрессия (ФА) – человек выражает свою агрессию по отношению к другому с помощью силы

Предметная агрессия (ПА) – человек вымещает свою агрессию на окружающих предметах.

Эмоциональная агрессия (ЭА) – у человека возникает эмоциональное отчуждение при общении с другим человеком, сопровождаемое подозрительностью, враждебностью, неприязнью или недоброжелательностью по отношению к нему.

Самоагрессия (СА) – человек чувствует себя незащищенным, у него доминируют негативные переживания по отношению к самому себе и непродуктивные способы защиты от стресса.

### **Ключ**

Тип агрессии	Ответы «Да»	Ответы «Нет»
ВА	1, 2, 9, 10, 25, 26, 33	17
ФА	3, 4, 11, 18, 19, 28, 34	27
ПА	5, 12, 13, 21, 29, 35, 36	20
ЭА	6, 14, 15, 22, 30, 37, 38	23
СА	7, 8, 16, 24, 32, 39, 40	31

В случае совпадения с ключом начисляется один балл. В начале суммируются баллы по каждой из пяти шкал. Если сумма баллов выше 5, это означает высокую степень агрессивности по конкретной шкале. Сумма от 3 до 4 соответствует средней степени агрессии. Сумма от 0 до 2 низкую степень агрессивности.

Затем суммируются баллы по всем шкалам. Если сумма превышает 25 баллов, это означает высокую степень общей агрессивности человека, низкие адаптационные возможности. Сумма баллов от 11 до 24 соответствует среднему уровню агрессивности и адаптированности. Сумма баллов от 0 до 10 означает низкую степень адаптированности поведения.

## ГЛАВА II. НЕВЕРБАЛЬНЫЙ ИМИДЖ

### Мимика и жесты

*Из слов человека можно заключить, каким он хотел бы казаться, но каков он на самом деле, приходится угадывать по его мимике и жестам*  
Ф. Шиллер

Преподаватель обогащает содержание своей речи невербальными средствами, на них приходится 55% своей информации. Невербальные характеристики разнообразны: разнообразные характеристики голоса, движения тела, временную и пространственную характеристику поведения.

Традиционно невербальные средства классифицируют следующим образом:

- кинесические средства, т.е. зрительно воспринимаемые движения другого человека (мимика, поза, походка, взгляд);
- такесические средства представлены в виде поцелуев, рукопожатия, похлопывания;
- проксемические средства – дистанция и ориентация партнеров во время общения;
- просодические и экстралингвистические средства (просодика – ритмико-интонационные характеристики голоса: высота, тембр, громкость, сила ударения), включающие в себя паузы, психофизиологические проявления (плач, смех, вздох, кашель).

Под *мимикой* понимается передача информации с помощью лица. Положительные чувства выражаются на обеих половинах лица одновременно, а отрицательные более всего выражаются на левой стороне. Мимика должна быть живой, выразительной и непринужденной. Положительный (доброжелательный) тип мимики связан с младенческим взглядом, устремленным вниз, легкой улыбкой, отсутствием складок на лбу, миролюбиво изогнутыми бровями. Отрицательный тип мимики (агрессивно-жестокый) состоит в прямом взгляде, широко раскрытых глазах, твердо сжатых губах, нахмуренных бровях. Нужно бороться с нахмуренными бровями и сморщенным лбом и чаще их расправлять. С этой целью возможно произнести перед зеркалом несколько фраз – печальных, веселых, трагических, презрительных, доброжелательных и следить за выражением своего лица.

Мимическим проявлением принято считать *взгляд* – определенное выражение глаз, их поворот в ту или иную сторону. Зрительный контакт – очень важный коммуникативный мостик от лектора к слушателям. Выражение глаз преподавателя свидетельствует о проявлении внимания, заинтересованности и уверенности. Существует ряд причин, не позволяющих в полной мере использовать это почти универсальное средство невербального общения: неуверенность педагога в своих профессиональных возможностях, страх и скованность, сознательный и бессознательный отказ от зрительного контакта, отсутствие идентификации с высказыванием.

*Варианты зрительного контакта:*

- «Глаза в глаза». Такой взгляд производит впечатление того, что через отверстие зрачка хотят проникнуть во внутренний мир человека. Такой взгляд означает взаимную открытость.

- Прищуренный взгляд для недоверчивого контроля, говорит о навязчивости и в некоторых случаях об агрессивности, говорит о желании получить информацию от других, при этом скрыв свою. Неприятный, холодный взгляд.

- Взгляд глаз, параллельно направленных на небольшое расстояние, говорит о том, что перед вами задумчивый человек, погруженный в свои мысли. Взгляд демонстрирует, что собеседник – «пустое место». При таком взгляде остается непонятным – действия человека действительно не замечены или человека просто не захотели увидеть.

- Прямой взгляд подходит для установления контакта с людьми, которым хочется выразить симпатию. Свидетельство заинтересованности и уважительного отношения к человеку, взгляд равных.

- Взгляд сверху вниз обычно обусловлен и ростом собеседника, и разницей занимаемых ролей. Он увеличивает расстояние между партнерами по общению: тому, кто смотрит сверху вниз придает чувство превосходства, другому человеку – чувство неуверенности.

- Косой взгляд, если направлен сверху, тогда снисходительность, направлен снизу – угодничество. Такой взгляд может быть использован для тайного наблюдения, так как прямой слишком демонстрирует намерения человека. Иногда – это следствие тугоухости.

- Блуждающий взгляд выражает интерес. В соответствии с быстротой блуждания можно судить о любопытстве, конкретном поиске, упро-

щенном переживании. Если взгляд сопровождается целенаправленно прохладной мимикой, создается впечатление трезвого взвешивания, оценки, иногда обиды.

- Фиксированный взгляд выражает ощущение собственной силы и воздействия. Взгляд позволяет лектору фиксировать внимание на какой-то точке в пространстве.

**Жесты** вследствие своей наглядности и семантической искренности иногда называют духовными инструментами общения, «немыми языками». Жесты – это движения рук и пальцев, используемые при рассказе о чем-то или для привлечения внимания собеседника. Жестикуляция включает в себя все жесты рук («язык рук»), а также многие другие сигналы в виде действий (собеседник открывает дверь, вынимает сигареты). Жест – это внешнее проявление внутреннего эмоционально-психологического состояния человека.

Сознание и поведение человека полны стереотипов, которые находят свое выражение в *жестах, мимике, позах* и других выразительных движениях человека. Жесты имеют коммуникативную направленность: жест всегда или непосредственно обращен к другому человеку, или предполагает наличие некоей внешней точки зрения. Ценностные смыслы жестов имеют древнюю символическую историю. Смысловая нагрузка жестов – составная часть нравственных представлений человека о себе, о своем партнере по общению, своем положении в общении. На языке жестов посредством особого обращения в этикете передается наиболее значимая информация, имеющая ключевое значение для всего социума. Национальные «словари» жестов могут существенно различаться по объему и по конкретному наполнению.

Жесты могут сопровождать речь, иллюстрировать ее, выступать в качестве отдельной «реплики» в общей структуре разговора. Например, в языке жестов особая роль принадлежит руке. Рука, прежде всего, символ власти. У многих народов дотронуться до чего-либо означало «вступить во владение» этой вещью. Поэтому русские крестьяне резко отрицательно относились к тому, чтобы иностранцы, иноверцы касались руками икон. Говоря о символике руки, следует иметь в виду, что правая и левая рука неравнозначны (как в целом и правая и левая сторона в этикете). Картина мира человека строится с помощью определенного набора противопоставлений, пространственных оппозиций (*верх – низ, внутренний – внешний,*

*правый – левый*), лежащих в основе системы ориентации человека в окружающем мире. Одна из особенностей пространственных оппозиций заключается в том, что они могут приобретать оценочный смысл. Правое ассоциируется с правдой, правильным, правотой, ему приписывается положительное значение, в то время как левое – с ложью (кривдой), неправильным, а левому приписывается отрицательное значение. Характер оппозиции «правое – левое» непосредственно определяется неравноценностью правой и левой руки. Биологические предпосылки для праворукости обуславливаются асимметрией человеческого мозга. Культурные установки поддерживают праворукость, с одной стороны, и основываются на ней – с другой. На этом фундаменте зиждется оппозиция правое – левое, определяющая многие особенности ритуального и этикетного поведения. Например, рукопожатием обмениваются правой рукой; оказывая уважение женщине, ей отводят правую, более почетную сторону и т.д.

С. Волконский, актер и теоретик театрального искусства, делает интересные наблюдения относительно конкретных невербальных сообщений: «Ладонь кверху – позволение, ладонь книзу – запрещение... Мы должны признать, что ладонь – седалище нашего «я», то есть то место, которым оно соприкасается с внешним миром; ладонью мы сообщаем, ладонью убеждаем, побуждаем, удерживаем, зажимаем рот и т.д. Понятно соприкосновение обеих ладоней: мы сливаем свое внутренне «я», и в то же время внешней стороной руки ограждаем от всякого сообщения. Этот жест свойственен не одной только молитве, а всякому средоточию вообще. Все время идут рука об руку действительность и символ, ибо, что больше пронизано символом, чем жест» [11].

Рукопожатие – один из наиболее привычных нам этикетных жестов, используемых преимущественно при встрече, прощании, в ситуации знакомства. Во многих культурах за рукопожатием стояло представление о том, что при физическом контакте передаются различные влияния – положительные и отрицательные. Покрытая рука должна была оградить человека от предполагаемой порчи. Поэтому требование этикета пожимать руку голой является выражением доверия к другому человеку. Рукопожатие – знак равных по достоинству людей – означает «в моей руке нет оружия», открытость в общении.

Многие «правильные» и «неправильные», с точки зрения современного этикета, действия, жесты, позы восходят к глубоко архаичным пред-

ставлениям о том, как должны вести себя люди с высоким и низким статусом. По-видимому, универсальными чертами поведения человека с высоким статусом представлялись такие, как замедленность движений (вплоть до полной неподвижности, статичности), тихий голос, сдержанность в проявлении эмоций, неподвижный взгляд, сведенная к минимуму жестикуляция. Аммиан Марцеллин так описывал поведение византийского императора Констанция I: «Словно изваяние человека, он не вздрагивал, когда от колес исходил толчок, не сплевывал слюну, не чесывал нос, не сморкался, и никто не видел, чтобы он пошевелил хоть одной рукой» [1].

На противоположном полюсе – быстрые, резкие движения, семенящая походка, громкий голос или смех, бурное проявление эмоций, бегающий взгляд и т.п. – связывались, с одной стороны, с низкой престижностью, а с другой – с нечистой силой, дьявольским началом (сравните: образ вертлявого, юлящего черта).

Нетрудно заметить, что именно к этим двум типам восходят в конечном счете многие современные правила этикета. Приучая детей к «порядку», мы буквально следуем приведенной схеме: при разговоре нельзя размахивать руками; сидя за столом, нельзя болтать ногами; неприлично кривляться, громко смеяться и уж – тем более – сквернословить. Любопытно, что охотно используемый в современной этике образ обезьяны как символ неправильного неэтикетного поведения («ведешь себя как обезьяна») заимствован из того же круга представлений.

Одним из распространенных этикетных жестов является поклон. Для понимания многих жестов большее значение имеют представления о тех частях тела, которые в них «задействованы». Поклон представляет собой склонение головы. Голова же с древнейших времен осмыслялась как наиболее важная часть тела, означает и человека (сравните счет «по головам»), в некоторых контекстах является воплощением самой жизни: сложить голову» и т.п. Поэтому жест «поклона» следует читать следующим образом: склоняя голову в поклоне, человек как бы выносит ее вовне, «предлагает» ее (а следовательно, и себя, свою жизнь) другому. Имеет значение, конечно, и другой смысл этого жеста: сделать себя «ниже» партнера по общению, и тем самым подчеркнуть его высокий статус.

Истоки этого жеста следует искать в сакральном отношении человека к земле (земля персонифицируется в образе богини-матери) и Богу. При этом, как и в других случаях ритуального происхождения этикетных явле-

ний, некоторые черты почитания сакрального адресата переносятся на партнера по общению.

Знаменитый оратор древности Демосфен на вопрос, что нужно для хорошего оратора, ответил так: «Жесты, жесты, жесты!». Главными требованиями к жестам преподавателя являются: выразительность, умеренность, сдержанность. Выразительность жеста усиливает поднятая вверх рука, сжатый кулак, резкие и быстрые движения.

**Типы жестов.** Жесты разделяют по характеру выражаемых мыслей и чувств на несущие агрессивность, раздражение, разочарование, уверенность (В. Шепель).

*Агрессивность* выражают тесно сплетенные кисти рук, особенно если они лежат на коленях; сжатый кулак; указующий перст, направленный в сторону партнера.

*Жесты раздражения* выражается прикосновением к носу или легкое его потирание, откашливание, свист, ерзание на стуле.

*Жесты уверенности* – руки, соединенные кончиками пальцев, наклон корпуса вперед, высоко поднятый подбородок.

*Жесты разочарования* – почесывание затылка, расстегивание воротничка рубашки, постукивание ногой по полу.

Особое значение имеют жесты, говорящие о близости общающихся – прикосновение, похлопывание, рукопожатия, объятия.

В зависимости от назначения жесты разделяют на: ритмические, эмоциональные, указательные и символические. *Эмоциональные жесты*: о недовольстве собой свидетельствуют удар себя по лбу или по груди; о недовольстве другими – повернутая к ним спина, указание на дверь, удар кулаком о стол; о недоумении – пожимание плечами или разведенные руки. *Указательные жесты* выражаются в кивках головой, взмахивании руки, движениях тела, ног, указательного или большого пальцев. *Ритмические жесты* сопровождают речь и передают ее ускорение или замедление. К разряду *символических жестов* относят выставленные вверх два пальца буквой «V» и т.д. По направленности жесты различаются на обращенные на других и обращенные на себя. Жесты, направленные на других в основном агрессивны. Неприятны частые, суетливые жесты: потирание носа, подергивание уха. Лучшим является тот жест, который не замечают и который органически сливается со словом, усиливает его воздействие на слушателей [11].

В зависимости от характера реакции на партнера выделяют жесты одобрения, реакции и защиты.

*Об одобрении* свидетельствуют: оживленный, заинтересованный взгляд, раскрепощенность позы; раскрытые, развернутые в сторону партнера руки; произвольные кивки головы; теплый, уважительный тон речи.

*О размышлении и выработке оценки* говорят: задумчивость, поза «роденовского мыслителя»; сознательное отведение глаз от собеседника; покусывание дужки оправы и протирание очков.

О позе «защиты» свидетельствуют: холодный, чуть прищуренный взгляд; скрещенные на груди руки; приподнятые плечи и опущенная голова.

В процессе имиджирования тренировка жестов занимает немало времени. Необходимо научиться управлять своими жестами, чтобы убеждать людей в справедливости сказанного, иногда скрывать свои мысли и чувства.

Выбор жестов является одной из сложных проблем для преподавателя, так как подача информации должна сопровождаться некоторым балансом жестов, а добиться этого достаточно трудно. Полная статичность – скованность и неуверенность, ровно как и чрезмерная жестикуляция снижают эффект восприятия. Важна технология оптимального жестикулирования: динамика жеста (темп, амплитуда, завершенность рисунка движений), соотношение жеста с речью; нюансы межличностных отношений между преподавателем и студентами, индивидуальность педагога, его состояние в конкретный момент общения, содержание и структура учебного занятия.

### **Личное пространство**

У каждого из нас есть зона, которую мы стараемся охранять от внешнего вторжения. Застенчивые люди стремятся сохранить почтительную дистанцию – верный признак неуверенности в себе, повышенной тревожности. Спокойный, уверенный в себе человек меньше озабочен неприкосновенностью своих границ. У насильников большая буферная зона – в 4 раза больше, чем у нормальных людей. Разработанный метод психотерапии, освобождающий от подобных зажимов с помощью прикосновений, такое прикосновение снимает тревожность.

Оптимальная дистанция между людьми зависит от уровня общения. Эти нормы состоят из 4 концентрических пространств с субъектом обще-

ния в центре: *интимная* – от телесного контакта до 45 см – так общаются самые близкие люди, *персональная*: близкая фаза 45-75см, далекая –75-120 см, используется при обыденном общении со знакомыми людьми; *социальная* – используется в ситуации официального общения –120 –350 см; *публичная* дистанция – используется для выступления перед массовой аудиторией: от 3,5 до 7м и больше. Известно, что оратор часто уменьшает дистанцию общения, чтобы создать «эффект доверия», обеспечить большую открытость у слушателей. Эмоциональную близость между людьми можно измерять рулеткой, в метрах и сантиметрах. У властных и решительных людей личное пространство больше.

Немаловажную роль играет пол и рост собеседников. Чем выше мужчина, тем ближе он стремится приблизиться к собеседнику; чем меньше его рост, тем большее расстояние он предпочитает. У женщин – противоположная зависимость. Английский психолог Майкл Аргайл объясняет это тем, что в обществе сложилась своеобразная культурная норма: мужчина должен быть крупным, а женщина миниатюрной. Поэтому не следует во время разговора приближаться к высокой собеседнице или к малорослому собеседнику, они могут почувствовать себя неловко.

Людям не нравится иметь за спиной неконтролируемое пространство. В древности это было связано со вполне естественным нападением сзади, с тех пор рефлекс не угас. Чтобы чувствовать себя комфортно, старайтесь занять то место, чтобы не ощущать спиной пустоту.

По данным эстонского исследователя М. Хейдеметеса, если лейтмотивом общения выступает соперничество, то люди располагаются друг напротив друга, если кооперация то садятся рядом.

### **Осанка и поза**

Если горилла, утверждая свое превосходство, угрожающе кричит или бьет себя по груди, то у людей есть другие способы показать, кто главнее. В нашей культуре высокий статус человека проявляется в малозаметных признаках: непринужденной позе и свободной манере общения. Для тех, кто стоит ниже на иерархической лестнице, характерна большая зажатость. Классический пример – солдат, вытянувшийся по стойке смирно в присутствии старшего по званию. Все тело строго и симметрично – это признаки подбострастия.

Лидеры в группе обычно те, кто сидит откинувшись на спинку стула, сложив руки за головой. У них широкие, плавные жесты. Люди, чувствующие себя неуверенно сидят ссутулившись, стиснув пальцы или сложив руки на груди, как бы пытаясь стать незаметнее.

*Осанка – физический признак уверенности в себе.* Осанка – естественная линия головы и позвоночника, раскованное, не зажатое тело. Плечики придают человеку уверенный и властный вид.

О внимании к партнеру, о степени вовлеченности его в общение явно свидетельствует положение ног, ибо ноги – самая удаленная от головы часть тела и менее контролируемая. Положение стопы – своеобразный компас стремления и заинтересованности. Когда носок стопы направлен в сторону партнера, это говорит о внимании, готовности к общению. Если голова к вам поворачивается, а носки нет, то вы вряд ли выступаете желанным собеседником.

Спокойные и уравновешенные, достаточно энергичные люди обычно стоят нешироко расставив ноги (не более 20см.) и равномерно распределив вес тела. Таких людей отличает уверенность в себе, известная твердость, они способны изменять поведение сообразно обстоятельствам. Широко расставленные ноги выявляют обостренную потребность в самоутверждении, завышенную самооценку, которая нередко маскирует скрытую неуверенность и даже чувство неполноценности. Носки, повернутые наружу – тоже свидетельство высокой самооценки. Носки, обращенные внутрь – признак слабости духа, боязливости. Поднятие на носки – агрессивная позиция. Частая смена опорной ноги выдает стремление к удобству, недостаток твердости и дисциплинированности.

Правильная ходьба придает человеку уверенный вид, что отпугивает преступников. Голова должна находиться на одной вертикальной линии с корпусом, с позвоночником. Если голова наклонена вперед или назад, то напрягаются мышцы, что приводит к ненужной усталости. Плечи отведены назад, живот тянется к позвоночнику. Длина шага – у мужчины – 70 – 76 см, у женщины – 63-65 см.

## Жесты и их истолкование

(трактовка жестов В. Венедиктовой и И.Ладанова)

Поведение	Трактовка	Выводы
Легкое постукивание по столу	Нетерпение	Переговоры следует закончить
Молитвенно сложенные ладони, пальцы слегка расставлены	Чувство превосходства, собеседник считает, что он хитрее	Необходимо удостовериться, что нет подвоха, возможно, переговоры следует прекратить
Собеседник потирает глаза	Недоверие	Следует подумать
Собеседник грызет ногти	Неуверенность в себе, страх	Условия принимает, но не удовлетворен + плохо воспитан
Легкий наклон головы в бок	Спокойствие, удовлетворение	Переговоры можно заканчивать
Ритмичное кивание головой	Ясно, понял, что тебе нужно	Поддержание контакта
Обе руки куполом перед лицом	Самоодобрение	Уверенность себе
Руки сцеплены на груди	Оборонительная позиция	Переговоры не завершать
Руки за спиной	Ощущение силы	Властность
Облокотясь одной рукой на предмет	Вызов оппоненту	Самоуверенность
Сидя, руки за голову	Ощущение превосходства	Самоуверенность
Палец у рта	Озабоченность	Самоконтроль
Подпирание ладонью щеки	Лень, скука	Невнимание к другим людям
Похлопывание ладонями по своей груди	Искренность	Неуверенность в себе
Вполоборота к собеседнику	Презрение	Самоуверенность
Взгляд поверх очков	Недовольство	Негативное отношение

Покусывание дужки очков	Легкое негодование	Самоуверенность
Нервное потирание рук	Волнение	Неверие в собственные силы
«Указующий перст»	Превосходство	Самоуверенность
Хватание за свой галстук	Ощущение виновности	Чувство ущербности
Скрещивание рук на груди	Психологическая защита	Недоверие
Почесывание затылка	Опустошенность	Отказ от борьбы

### Взгляд и его толкование

Взгляд и сопутствующие движения	Трактовка	Выводы
Подъем головы и взгляд вверх, наклон головы с сосредоточенным выражением	Подожди минуту, подумаю	Контакт прервать
Движение головой и нахмуренные брови	Не понял, повтори	Усиление контакта
Улыбка, легкий наклон головы	Понимаю, мне нечего добавить	Поддержание контакта
Долгий, неподвижный взгляд в глаза собеседнику	Хочу подчинить себе	Действовать по обстановке
Взгляд в сторону	Пренебрежение	Уход от контакта
Взгляд в пол	Страх, желание избежать контакта	Уход от контакта

## Типы рукопожатий

Способы проявления	Доминирующая эмоция	Восприятие со стороны
1. Крепкое, с потряхиванием руки	Приток энергии	Расположенность к партнеру
2. Вялое	Чувство превосходства	Негативное отношение к партнеру
3. Двумя руками	Демонстрация положительного отношения	Притворство
4. Влажными руками	Стрессовое состояние	Неуверенность
5. Кончиками пальцев	Презрение	Самоуверенность

## Походка

Способы проявления	Доминирующая эмоция	Восприятие со стороны
1. С поднятой головой	Уверенность	Ощущение своего «Я»
2. «Со вздернутым носом»	Самоуверенность	Самовлюбленность
3. С отсутствующим взглядом	Озабоченность	Расстройство чувств
4. Сгорбившись, втянув голову в плечи	Переживание случившегося	«Пришибленность», неуверенность в себе
5. Раскачиваясь в стороны, руки на бедрах	Приток энергии, «перехлест эмоций»	Демонстрация уверенности в себе

## Дизайн одежды

*Если хотите быть элегантной, замените количество качеством, и всегда из надетого на вас лучше еще что-нибудь убрать, чем прибавить.  
Заповедь элегантности*

Подбор и ношение одежды является важной имиджевой характеристикой. Одежда является своеобразной визитной карточкой, оказывает воздействие на партнера по общению, нередко определяет их отношение друг к другу. Она обладает огромным потенциалом, хорошо рассказывает о человеке и его настроении, характере, позволяет скрыть какие-либо недостатки. Одежда – удивительно мощное средство создания собственного

настроения и воздействия на других, она способна внушать нам уверенность в себе и вызывать у других доверие к нам. Как мы одеваемся, зависит от того, насколько мы хотим отождествить себя с другими: выделиться, выразить свою индивидуальность. По одежде мы можем определить экстравертов (активных и экспрессивных), интровертов (погруженных в свою внутреннюю жизнь, независимых и сдержанных).

В частной жизни мы можем отдавать преимущество своим пристрастиям и фантазиям и носить то, что нам хочется. Человек, который занимается общественной деятельностью, обязан изменить систему отсчета: одежда не должна привлекать к себе слишком много внимания, ее роль в том, чтобы донести до аудитории ваши слова, ваши мысли, она должна помогать нам, а не подавлять нас.

Публичная деятельность предъявляет жесткие требования к внешнему виду. Тип одежды во многом определяется видом деятельности. Выполнению данных требований будут способствовать комплексы упражнений и рекомендации по созданию соответствующего стиля, цветового ансамбля. Несоблюдение существующих требований, экстравагантность, безвкусица, несоответствие сезону, возрасту, фигуре, неаккуратность могут ухудшить имидж.

Быть одетым грамотно означает:

1. Соответствие одежды *характеру ситуации* – работа, публичное мероприятие, занятия спортом; *сезону года* – зима или лето; *возрасту; комплекции*.

2. *Стилевое и ансамблевое единство*, когда внешность и одежда сливаются в гармоничный образ – костюм, пальто, перчатки, обувь, украшения. Туалет должен быть логичен. Предметы туалета по отдельности могут быть прекрасными, но вместе создавать плохой ансамбль. Работая в деловой сфере – финансовой, правовой, преподавательской, приходится выбирать строгий, официальный стиль, так как мы постоянно на глазах.

3. *Цветовая гармония* – соответствие цвета одежды цветовому типу личности и характеру ситуации. Цвет способен украсить человека, подчеркнуть его индивидуальность, придать образу яркость, взгляду – выразительность, или наоборот, сделать лицо бледным, тусклым, а лицо бесформенным. Цвет помогает обрести внутреннюю гармонию. Цвет глаз и волос имеют решающее значение.

4. *Необходимый покррой.* Покрой костюма зависит от моды. Чем моднее вещь, тем быстрее она выходит из моды. Если покррой остромодный или, напротив, старомодный, то это сказывается на вашем имидже. Хранить вышедшие из моды наряды, если они не представляют высокой художественной ценности, не стоит, поскольку известно, что мода периодически возвращается, но никогда не бывает в точности такой какой же.

5. *Удачный подбор ткани.* Выбор материала зависит от покроя, и наоборот. Натуральные волокна – шерсть, хлопок, лен, шелк – значительно комфортнее большинства искусственных. Материал одежды вызывает подспудные ассоциации у людей, которыми общаемся. Шерсть и твид – образ прочного, консервативного человека. Шелк, легкий и струящийся – богатство и экзотика. Рисунок ткани также вызывает стойкие ассоциации – геометрические рисунки (полоска, клетка, горох) более консервативны и находятся вне моды, а к ярким фигурам, крупным цветам и надписям нужно относиться осторожнее, следя, чтобы они сочетались с общим тоном одежды, ее стилем, назначением и вашей фигурой. Подбор материала важен, чтобы они выигрывали от соседства друг с другом. Толстые ткани не сочетаются с прозрачными, шелк с хлопчато-бумажными.

В создании своего гардероба необходимо правильно определить, к какому цветовому типу личности вы относитесь, какой цвет вам идет. В 70-х гг. Иоханнес Иттен, немецкий педагог и теоретик цвета, предложил разделить всех людей на типы по аналогии со временем года: весна, лето, осень, зима. Каждому сезону присуще свои краски. Весной преобладают желтые, светло-зеленые, нежно-розовые, чистые, ясные, теплые оттенки. Летом много голубого (цвет неба и воды), изумрудно-зеленого, ягодно-красного. Осенняя коллекция насыщена золотистыми, оранжево-коричневыми, оливково-зелеными и темно-красными тонами. Зимой красок не так много, они холодные, глубокие, льдистые, с яркими вкраплениями чистых цветов.

«Весна» – во внешности господствуют теплые тона. Кожа: нежно-персиковая, румяно-розовая, нередко с веснушками, брови рыжеватые. Волосы – от светло-пшеничных до приглушенно-каштановых, никогда не бывают темными и содержат рыжеватый оттенок. Глаза: теплый оттенок (светло-лазурный, васильковый, зелено-голубой, светло-оливковый, жето-вато-карий, янтарный). Идеально подходит теплая, лучистая гамма: кукурузно-желтый, светло-коричневый, охристый, коралловый, абрикосовый,

цвет майской зелени и капустного листа, оливковый, бирюзовый, желтовато-белый, кремовый. Бордовый, темно-синий, фиолетовый, стальной, черный цвета делают лицо бледным, желтоватым, дисгармонируют с природой весеннего цвета.

«*Лето*». Приглушенные, чуть прохладные оттенки в цвете глаз и волос. Кожа часто бывает бледной, с голубоватым подтоном, розоватой, без яркого румянца или имеет бежево – оливковый оттенок. Волосы: русые, светло-пепельные, русо-золотистые, средне-коричневые, темно-русые. Глаза: светло-голубые, серо-голубые, серые, серо-зеленые. Цветовая гамма летнего типа базируется на смешанных полутонах и прохладных пастельных оттенках голубого, джинсово-синего, розово-бежевого. Хороши изумрудно-зеленый, цвет бутылочного стекла, арбузно-красный, гвоздично-розовый, бледно-желтый, серый, жемчужный. Не рекомендуется: коричневый, оранжевый, горчичный тона, сине-фиолетовый, баклажановый, желто-зеленый.

«*Осень*». Внешности человека осеннего типа присуще насыщенные теплые краски. Кожа яркая, персико-розового цвета, иногда золотистая с веснушками по всему телу. Порой встречается осень с очень бледной кожей слоновой кости. Волосы: рыжие, золотисто-коричневые, цвета меда, каштановые, русо-рыжие с оливковым оттенком. Глаза – зеленые, серосиние, орехово-карие, темно-янтарные.

Природный колорит прекрасно подчеркивают все золотистые, красно-коричневые тона, глубокие зеленые тона. Хорошо смотрятся хаки, сине-бирюзовый, салатный, цвет топленого молока. Осени не к лицу холодные серо-голубые оттенки, розово-малиновые, бежевые тона и бледные краски.

«*Зима*». Цвет кожи: либо очень светлый, фарфоровый, либо смуглый. К зимнему типу относят чернокожих людей и восточные народы. Тип Белоснежки: бледная кожа, яркие губы, черные как смоль волосы. Зимы – обладатели ярких, с чистыми белками глаз, черных бровей и ресниц. Цвет глаз: серый, голубой, зеленый, зеленовато-коричневый, карий, черный. Идеальные цвета: чистые, яркие, без примеси серого: белоснежный, льдиасто-голубой, красный, лимонно-желтый, вишневый, бордовый, лиловый, фиолетовый, электрик, темно-синий, шоколадный, стальной, черный. Не подходят: песочно-желтые, салатные и оливково-бежевые тона, а также запыленные оттенки.

Цвет вызывает стойкие ассоциации. Светлые тона всегда бросаются в глаза, придают дружелюбный вид. Черный, темно-серый, темно-синий дистанцируют вас от других, вы делаетесь значительнее и авторитетнее. Костюм яркого цвета может затмить, если внешность невыразительна; люди будут воспринимать ваш костюм, а не вас, поэтому в костюмах более нейтральных тонов можно выглядеть более значительно. Если вы устали, а на вас костюм бежевого или черного цвета, вы будете выглядеть еще более усталым.

Кроме того, нельзя забывать о строгом соответствии цвета деловой ситуации. Лучшие цвета для делового костюма: темно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, темно-коричневый, серый, светло-синий. Наименее подходящие цвета: зеленый, оранжевый, светло-ржавый, ярко-желтый, пурпурный.

Все названные цвета одежды предполагают однотонную ткань без рисунка. Допустимы полосы и клетки серых и темно-синих тонов. Отвергаются набивные ткани с изображением цветов, парусников, птиц, а также яркие абстрактные рисунки.

Знание и ощущение того, что вы одеты хорошо, отражается на вашей уверенности, следовательно, и на вашей карьере. Следует относиться к этому серьезно.

Особое внимание при создании первого впечатления люди уделяют трем зонам. Эти три зоны являются ключевыми точками построения вашего имиджа и местами повышенного внимания:

*Верхняя зона* – прическа.

Главным требованием к волосам является ухоженность и сложившийся стиль прически. Неряшливость в одежде и прическе может вызвать подозрения относительно способности к выполнению своих функций. Тип прически должен соответствовать типу фигуры, характеру и виду одежды. Пышная прическа и свободно падающие волосы идут тем, у кого длинная шея. Полная фигура, даже в сочетании с модной одеждой, может быть испорчена данной прической.

Для деловых мужчин рекомендуемая длина волос – 2-5см. Усы не должны закрывать верхнюю губу. Крашенные волосы возбраняются. Для деловых женщин – длина прически с распущенными волосами может быть максимум до плеч. Волосы длиннее убираются вверх или назад. Цвет волос

– естественный, одного тона, возможны мягкие оттенки и переходы. Закрашивание седых волос деловым женщинам настоятельно рекомендуется.

Очки входят в состав привычного образа интеллигентного человека. Металлическая оправа считается более современной. Тяжелые пластмассовые или роговые оправы увеличивают возраст человека; они вполне могут подходить мужчинам с развитой челюстью. Очки должны соответствовать форме лица. К узким лицам подходят облегченные оправы. Опытные политики на телевизионных съемках снимают очки и кладут их на стол, при этом они руководствуются желанием установить прямой контакт «глаза в глаза» и сделать лицо более выразительным.

*Нижняя зона* – обувь, ее состояние и ухоженность.

Классические деловые ботинки для мужчины, как правило, должны быть черными со шнурками, на тонкой подошве, начищенными до блеска. Классические деловые туфли для женщины – темные (черные, синие, коричневые, бордовые), кожаные, однотонные, закрытые, величина каблука 5-6 см, и обязательно в комплекте с сумкой. Лаковые и замшевые туфли деловой этикет не рекомендует.

*Центральная зона* – основание шеи, где мужчинам рекомендуется носить соответствующий галстук, а женщинам – украшения и аксессуары. Галстук должен соответствовать костюму, быть одного тона с костюмом, либо контрастировать с ним. Завязывают галстук так, чтобы он прикрывал пряжку ремня. Широкий конец галстука закрывает узкий. Галстук любого цвета и рисунка выглядит изысканно, если не бросается в глаза. Владелец слишком короткого галстука выглядит несолидно, а слишком длинного – авторитарно.

## **Украшения**

Украшения иногда называют «последней точкой в превращении женщины в богиню». У женщин должны быть украшения, но не в большом количестве и обязательно выполненные из одного материала. Украшения деловой женщины всегда образуют ее ансамбль с костюмом. В оформлении стиля деловой женщины должен быть один четко читаемый акцент. Например, шейный платок, яркие пуговицы, комплект украшений. Несколько акцентов разрушают стиль, так как при взгляде на женщину «глаза разбегаются».

Если вы выбираете серьги или иные украшения, спросите себя не будут ли они чересчур ярко блестеть, назойливо болтаться или каким-нибудь другим образом отвлекать внимание от ваших глаз. Ведь именно глаза помогают донести информацию. Не следует выбирать то, что своим блеском будет рассеивать внимание аудитории. Украшения допустимы комплектные и невычурные, серьги определенного размера (диаметр до 2,5 см), никаких висячих длинных сережек и звенящих браслетов. У современной женщины нет особых ограничений при ношении колец. Однако считается безвкусным надевать одновременно серебряные и золотые кольца или унизывать пальцы кольцами, чтобы показывать свое благосостояние.

### **Аксиомы мужского костюма**

- Самый торжественный и официальный – черный, не должен мяться;
- последняя пуговица не застегивается никогда;
- светлые костюмы только летом;
- манжеты должны выступать на 2 см. – дополнительная элегантность;
- воротник рубашки на 1 см. выше воротника пиджака;
- носки темнее брюк, их не должны видеть;
- брюки должны быть такой длины, чтобы спереди спускались на обувь, а сзади доходили до начала каблука;
- не следует одевать к костюму в клетку сорочку в полоску;
- к пестрому костюму одевается однотонная рубашка;
- чем темнее костюм, тем светлее рубашка;
- человек с хорошим вкусом не появится в обществе в подтяжках

Зажим, часы, запонки вполне уместны для имиджа делового человека. Остальное – браслет, цепи – показатель большого материального положения и низких эстетических вкусов.

### **Аксиомы женского костюма**

- Надевать туфли на босу ногу не принято, тем более со следами; в деловой сфере колготки обязательны даже летом;
- цветные колготки с рисунком могут себе позволить только молодые девушки, склонные к эпатажу;

– юбка должна соответствовать возрасту, комплекции, ситуации, скрывать недостатки и подчеркивать достоинства (на кафедре и на сцене женщины могут не только стоять, но и сидеть, поэтому надо выбрать юбку, которая смотрелась бы в обоих случаях и избегать узких юбок и юбок с разрезом;

– женщинам после сорока лет лучше выбирать юбку итальянской длины (до середины колена);

– разрезы с боку и спереди для деловых костюмов неуместны;

– чем толще чулки, тем ниже каблук;

– брюки элегантно смотрятся с каблуками, а туфли на плоской подошве упрощают внешний вид;

– блузки из дешевых тканей для работы на виду неуместны.

Макияж деловой женщины должен быть умеренным, на ногтях лак пастельных тонов. Этикет предполагает, что аромат духов в деловой обстановке едва заметен. Это означает, что он распространяется не больше, чем на полметра: «Духи всегда шепот и никогда крик».

Итак, основополагающие принципы деловой одежды – классика и консерватизм. Когда мы говорим, что нам нечего надеть, это может означать две вещи – либо наши вещи плохо сочетаются между собой и невозможно составлять разные комплекты, либо одежды слишком много. Не забывайте, что стиль костюма конкретного человека определяется по меньшей степени тремя факторами: индивидуальными предпочтениями, социальным статусом (положением в обществе, характером деятельности, должностью и т.д.), требованиями актуальной ситуации.

**Таблица элегантности**

<b>Костюм</b>	<b>Сорочка</b>	<b>Галстук</b>	<b>Обувь</b>	<b>Носки</b>
Черный	Белая, салатная, светло-розовая, светло-бежевая, светло-голубая	Бордо, серебристо-серый, вишневый	Черная	Темно-синие, черные
Серый	Белая, бирюза, светло-голубая, светло-розовая, вишневая, бордо, синяя	Любой цвет модной цветовой гаммы	Серая, темно-серая, черная	Серые, темно-серые, черные

Синий	Белая, вишневая, светло-голубая, бордо, синяя	Вишневый, бордо, синий, серый	Черная	Темно-синие, темно-серые, черные
Коричневый	Белая, бежевая, оранжевая, салатная, желтая зеленая	Коричневый, бордо, вишневый, зеленый	Коричневая, черная	Темно-бежевые, коричневые, черные
Песочный	Белая, бежевая, оранжевая, коричневая, зеленая, салатная	Коричневый, вишневый, бордо, зеленый	Коричневая, песочная, бежевая	Коричневые, песочные, бежевые

### Вопросы для самопроверки

1. Какие движения обладают коммуникативными функциями?
2. Какие жесты являются барьерами в педагогическом и деловом общении?
3. Что означает отрицательная мимика? Какую информацию она несет?
4. Как физическое пространство влияет на коммуникацию?
5. Какие сигналы «языка» глаз вы используете в своей профессиональной деятельности?
6. Каковы невербальные сигналы, свидетельствующие о состояниях: гнева, презрения, радости?
7. Какие жесты относятся к оценке: одобрения, порицания, скепсиса, разочарования и пр.?
8. Какие жесты выдают черты характера и отношение к ситуации?
9. Перечислите жесты, свидетельствующие об уверенном и неуверенном поведении?
10. Для каких форм деловой коммуникации предпочтительна публичная зона общения?
11. Что относится к паралингвистическим особенностям невербальной коммуникации?
12. Какие сигналы тела показывают, что вы нарушили интимную зону пространства?
13. Что значит быть одетым грамотно?

14. Назовите предпочтительные цветовые решения для делового костюма?

15. Как правильно подбирать украшения к деловому костюму?

### **Литература**

1. Байбурин А.К., Топорков А.А. У истоков этикета. – Л.: Наука, 1990.
2. Вердербер Р., Вердербер К. Общение. Интенсивный курс. – Спб.: прайм –ЕВРОЗНАК, 2005.
3. Все об этикете. Книга о нормах поведения. – Ростов н/ Д: Феникс, 1995.
4. Дерябо С.Д., Ясвин В.А. Гроссмейстер общения: иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. – М.: Смысл; эрудит –К, 2002.
5. Морева Н.А. Тренинг педагогического общения: Учеб. пособие для вузов / Н.А. Морева. Практикум. – М: Просвещение, 2003.
6. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2001.
7. Пиз А. Язык телодвижений: как читать мысли людей по их жестам. – Новгород: Ай Кью, 1992.
8. Степанов С. Язык внешности. – М.: Изд-во ЭКСМО-ПРЕСС, 2002.
9. Современная энциклопедия Мода и Стель. – М.: АВАНТА, 2002.
10. Фо С. Открывая свой гардероб: как одеваться со вкусом. –М.: Кристина и К, 2001.
11. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. – М.: Народное образование, 2002.
12. Энциклопедия этикета / Сост. О.Максименко. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2000.

### **Практикум**

#### **Анкета – тест «что я знаю о невербальных средствах педагогического общения»**

1. Негативные мысли и фразы:
  - а) ослабляют наши мышцы;
  - б) ухудшают деятельность щитовидной железы;
  - в) снижают жизненную энергию;
  - г) все ответы верны.

2. Частота жестикуляции зависит от:
  - а) стажа работы преподавателя;
  - б) психического состояния;
  - в) темперамента и общей культуры;
  - г) все ответы неверны.
3. Интимная дистанция:
  - а) от 45 до 120 см;
  - б) от 30 до 45 см;
  - в) до 45 см;
  - г) все ответы неверны.
4. Официальная дистанция:
  - а) от 45 до 120 см;
  - б) от 120 до 400 см;
  - в) от 400 до 500 см;
  - г) от 500 до 700 см.
5. Дуга комфортной беседы:
  - а) в пределах 180-200 см;
  - б) 100 – 120 см;
  - в) 200 – 250 см;
  - г) все ответы неверны.
6. Разговаривать с высоким студентом, если он выше педагога, целесообразно:
  - а) на расстоянии;
  - б) подходя к нему поближе;
  - в) не обращая внимания на расстояние между ним и вами;
  - г) все ответы неверны.
7. В ситуации эмоционального напряжения:
  - а) юноши держатся прямо, двигаются скованно;
  - б) девушки наклоняют тело вперед и назад, расслабляются;
  - в) число жестов у всех студентов увеличивается;
  - г) все ответы верны.
8. Психическое напряжение, усталость, неврозы можно обнаружить по:
  - а) по скованности, сутулости, мышечному напряжению;
  - б) расслабленным, вялым рукам;
  - в) раздражительности, безразличному отношению к учебе, работе;

г) равнодушному или чересчур ласковому отношению к друзьям или близким;

д) все ответы верны.

9. Свидетельство уверенности в себе:

а) редкие, но уверенные жесты;

б) твердое рукопожатие;

в) прямая поза с развернутыми плечами и поднятой головой;

г) все ответы верны.

10. Студент заинтересованно слушает объясняющего урок преподавателя, когда сидит:

а) прямо;

б) склонив голову набок;

в) опустив или подняв голову;

д) все ответы неверны.

Правильные ответы: 1 – г; 2 – б; 3 – в; 4 – б; 5 – а; 6 – б; 7 – г; 8 – д; 9 – г; 10 – б.

### **Экспресс – опрос «Мои представления о «языке телодвижений» и как он помогает мне в общении»**

1. Насколько вы понимаете смысл «языка телодвижений» других людей:

а) хорошо понимаю;

б) кое – что понимаю;

в) едва замечая;

г) другое.

2. Если вы отправляетесь в поездку, чем будете заниматься в дороге с большим удовольствием:

а) читать книгу;

б) смотреть в окно;

в) рассматривать лица других пассажиров;

г) другое.

3. Когда вы начинаете общаться в студенческой аудитории впервые, на что обращаете внимание:

а) на одежду;

б) на выполнение элементарных норм этикета;

в) на их мимику (улыбку, глаза, выражение лица), позу;

г) на потенциальную реакцию по поводу вашего приветствия;

д) другое?

4. Выделите, какими жестами вы предпочитаете пользоваться при общении с дошкольниками:

а) жестами, передающими ваше эмоциональное состояние: одобрение, внимание, восхищение, сочувствие, неодобрение и т.д.;

б) жестами просьбы или требования;

в) жестами – запретами;

г) жестами, имитирующими информацию;

д) другое.

5. Определите, какие средства невербального поведения будут предпочтительнее для вас на учебном занятии со студентами:

а) визуальное взаимодействие или контакт глаз;

б) жесты, имитирующие наглядные действия;

в) жесты, привлекающие внимание;

г) жесты, сопровождающие речь;

д) жесты, подчеркивающие увеличение или уменьшение дистанции общения;

е) улыбка, как психологическое средство установления контакта;

ж) другое.

6. На учебном занятии в беседе со студентами вы можете определить по невербалике их настроение:

а) как правило;

б) довольно часто;

в) иногда;

г) считаю, что это необязательно;

д) другое.

### Диагностика «костюмных» эффектов

Эффекты, производимые «костюмом»	Высокая степень выраженности эффекта	Средняя степень выраженности эффекта	Низкая степень выраженности эффекта
1. Эстетическая привлекательность (красота, гармоничность, опрятность)			
2. Эротичность (возбуждающая привлекательность)			
3. Адекватность (соответствие требованиям ситуации)			
4. Функциональность (соответствие одежды ее назначению, удобство, практичность)			
5. Актуальность (соответствие моде, современность)			
6. Стильность (повторяющееся индивидуальное своеобразие, оригинальность, узнаваемость, визуальная целостность образа)			

## ГЛАВА III. ВЕРБАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ПЕДАГОГА

### Специфика речи педагога

*Самое трудное и самое важное в преподавании –  
заставить себя слушать.*

*В.О. Ключевский*

Педагогика – одна из сфер так называемой «повышенной речевой ответственности», в которой важность особенностей речевого поведения педагога, последствия его умения (или неумения) владения словом трудно переоценить. Волна жаргонизации, охватившая устную речь наших современников, употребление табуированной лексики и фразеологии, попытки их легализации как факта менталитета, интенсивное внедрение в сознание многочисленных англицизмов требуют повышенного и скурпулезного отношения педагога к своей речи.

Речевая культура – визитная карточка делового человека, и при всей предметной эрудиции отсутствие или недостаток подлинной речевой культуры может оказаться не только причиной важных профессиональных ошибок, но и фактором устойчивого личностного неприятия человека. На базе синтеза достижений почти всех наук гуманитарного круга, в основном – лингвопрагматики, неориторики, коммуникативной лингвистики, этнолингвистики, социологии, психологии, антропологии разработана интегративная дисциплина – педагогическая риторика, направленная на изучение не только и не столько нормативности и грамотности речи, сколько на изучение действенности как качества речи педагога и условий правильного речевого поведения (умение влиять на мнения и действия учащихся без навязывания).

Речь – это человек в целом, мгновенное раскрытие всего опыта, характера намерений и чувств человека. Выразительная речь помогает преподавателю создать атмосферу коллективного эстетического переживания, когда учебное общение подчиняется законам художественной логики, только тогда наука вступает в увлекательной форме, свободной от штампов.

Воздействие речи педагога зависит от следующих факторов:

1. Умение убеждать, логическое построение речи.
2. Владение техникой речи: дыханием, голосом, дикцией.

3. Экспрессивные умения: образность речи, ее интонационная выразительность, логические акценты и паузы, мелодика речи.

4. Использование вспомогательных средств: жестов, мимики, пластики, дистанции общения.

5. Дискуссионные умения, или этико-психологическое конструирование совместной со слушателями деятельности.

6. Перцептивные умения, связанные с учетом реакции слушателей, умение использовать наглядность.

Педагогическая речь обеспечивает рациональность организации учебной деятельности, полноценность закрепления, усвоения и осознания информации. Речь тесно связана с коммуникативным поведением и теми задачами, которые ставит перед собой педагог, организуя разнообразные ситуации общения. Важной задачей речи педагога является создание доброжелательной психологической атмосферы общения, в которой личность лучше раскрывается, демонстрирует свои знания.

К сожалению, речь преподавателя зачастую бывает суха, монотонна, невнятна, перегружена логическими ударениями, так как все в ней педагогу кажется важным, зачастую в ней отсутствует четкая смысловая группировка вокруг логических центров. Произвольные паузы, обусловленные не логикой содержания, а просто неумением правильно распределить дыхание, отсутствие интонационной связи между отдельными частями фразы мешают воспринимать смысл устного рассуждения. О впечатлении, которое производит на слушателей плохая дикция, образно говорил К.Станиславский: «Слово с подменными буквами представляется мне... человеком с ухом вместо рта, с глазом вместо уха, с пальцем вместо носа. Слово с недоговоренным концом напоминает мне человека с ампутированными ногами... Когда слова сливаются в одну бесформенную массу, я вспоминаю мух, попавших в мед» [2,83].

### **Голос педагога**

Звуковой формой устной речи является голос – главное профессиональное орудие педагога.

Речевое дыхание позволяет контролировать глубину наполняемости легких воздухом. Высокий уровень громкости дает возможность работать со значительным составом слушателей и в большой по площади аудито-

рии. Большой динамический и высотный диапазон придает голосу множество оттенков звучания и мелодики, а тембровый – выразительность. Чистота и ясность тембра позволяют голосу быть благозвучным.

Основу всех характеристик голоса педагога составляет интонационная выразительность. Под интонацией понимаются все явления, возникающие во время произнесения фразы, но не относящиеся к содержанию сказанного. Слагаемые интонационной выразительности можно считать мелодию речи, паузы, громкость и отчетливость, скорость.

Мелодия речи определяется высотой речи. Паузы позволяют воспринимать информацию на логическом, психологическом, содержательном уровнях. Отчетливое произнесение свидетельствует об уверенности педагога, хорошей ориентировке в содержании учебного материала. Скорость речи определяет скорость произношения как «быстрый» или «медленный». Скорость зависит от индивидуальных особенностей говорящего и от автоматизма воспроизводимой информации, содержания говоримого. Педагог должен уметь управлять темпом и иметь резерв скорости, чтобы излишне скорая речь не привела к ошибкам, оговоркам. Средняя скорость речи равна 120 – 150 слов в минуту. Следует помнить, что медленный темп речи, на первый взгляд, облегчает восприятие, но не дает стимула к произвольному вниманию, создает так называемую информационную пустоту. Торопливая речь также неприятна, как и вялая и вымученная речь обусловлена плохим знанием предмета.

Голос является визитной карточкой педагога и субъективно может быть плохим или хорошим. Субъективные характеристики голоса: хороший – спокойный, вибрирующий, бархатистый, преобладают низкие тона, естественное звучание, теплый; плохой – хриплый, дрожащий, скучный, монотонный, плаксивый, напряженный.

На красоту голоса влияют объективные факторы: тон, звучность, темп, высота, тембр, интонации. Звучность (сила и громкость) дает возможность донести педагогу свою речь до аудитории. Звучность и громкость голоса – это яркое свидетельство уверенности и чувства собственного достоинства. Униженность и подчинение положению вызывает появление таких характеристик голоса, как сиплость, шипение, слабость. Для властных личностей свойственны пугающие раскаты и металлические оттенки голоса, его сильный резонанс. Таким образом, говорить тихо такой же недостаток как говорить слишком громко. Слышимость голоса зависит

от того, в каком помещении выступает педагог и до кого хочет донести свою речь. Полнозвучный, богатый голос хорошо слышен во всех уголках любой комнаты.

Тон голоса характеризуется высотой, вибрацией и модуляцией. Высота тона характеризует высоту произносимых звуков. Низкий голос приятнее для слуха, а высокий, кроме того, что он сложен для восприятия, с трудом поддается записи без искажения. Интонация – это «подъемы» и «спуски» голоса. Монотонность утомительна для слуха.

Тембр голоса – это его окраска. Во всем мире нет голосов, звучащих совершенно одинаково. Окраска определяется обертонами, передающими эмоциональное состояние: голос может быть ворчливым, восторженным, бодрым, угрожающим. Искусство тембра – самое трудное в мастерстве устной речи.

### **Коммуникативные качества речи педагога**

Хорошую речь характеризуют определенные признаки:

1. *Правильность* речи, то есть соответствие принятым литературно-языковым нормам. Преподаватель должен правильно произносить слова, ставить ударение, подбирать синонимы к словам и, сочетать длинные предложения с короткими. Таким образом, речь педагога должна быть грамматически, орфоэпически и лексически правильной.

2. *Точность* речи, то есть соответствие мыслям говорящего.

3. *Ясность* речи, то есть доступность пониманию слушающего. «Говори так, чтобы тебя нельзя было не понять» (Квинтилиан). Доступность является важным коммуникативным качеством речи. Соблюдение данного требования важно, так как оно связано с действенностью и эффективностью устного слова. По мнению исследователей, общедоступность и понятность определяется, прежде всего, отбором речевых средств, ограничением состава используемых слов, находящихся на периферии словарного состава языка и не обладающих качеством коммуникативной общезначимости. С точки зрения сферы употребления слов можно их разделить на две группы – лексику неограниченной сферы употребления, в которую входят общеупотребительные понятные для всех слова, и лексику ограниченного употребления, в которую включены профессионализмы, диалек-

тизмы, жаргонизмы, термины, употребляемые в определенной сфере – профессиональной, территориальной, социальной.

4. *Логичность*, соответствие законам логики. Небрежность языка вызывает нечеткость мышления. Логика речи не только обеспечивает результативность усвоения слушателями излагаемого лектором материала, но и способствует установлению психологического контакта между говорящим и аудиторией. С помощью законов логики можно повысить убедительность своих суждений и доводов. Для того чтобы публичная речь была логичной, необходимо учитывать требования логики при подготовке к устному выступлению. Во-первых, должна быть четкая структура выступления, т.е. речь должна содержать вступление, основную часть и заключение. За счет вступления решается проблема установления контакта оратора с аудиторией, активизации интереса и привлечения внимания. В основной части раскрывается суть предлагаемых идей, предложений, оценочных суждений. В заключении подводятся итоги выступлению и мотивируется деятельность собеседников. Во-вторых, стройность и последовательность в изложении мыслей. Стройность означает взаимосвязь между элементами сообщаемой информации, а последовательность – определенный порядок изложения материала устного выступления, когда каждая последующая мысль связана с предыдущей.

Выступление будет считаться логичным, если оно построено в соответствии с законами формальной логики: законом тождества, законом противоречия (непротиворечия), законом достаточного основания и законом исключения третьего.

Основываясь на законах логики, можно представить характеристики логически правильной речи:

1) определенность, ясность, четкие формулировки и конкретные выводы. Исключены туманные намеки, расплывчатые суждения, двусмысленные замечания, перескакивания с одной мысли на другую;

2) последовательность, отсутствие противоречивых высказываний, все элементы выступления направлены на утверждение выдвинутой точки зрения;

3) доказательность, опора на действительные факты, научно обоснованные истины, надежные источники информации.

5. *Чистота* речи, отсутствие в ней лишних слов, слов-сорняков, слов-паразитов, которые не несут никакой смысловой нагрузки, не обладают

информацией, затрудняют восприятие речи, отвлекают внимание от содержания выступления.

6. *Простота* речи, безыскусственность, отсутствие вычурности, «под напыщенностью и неестественностью фразы скрывается пустота содержания» (Л.Толстой).

7. *Сжатость* речи, отсутствие в ней лишних слов и ненужных повторов.

8. *Живость* речи, отсутствие в ней шаблонов, выразительность и образность.

9. *Благозвучие* речи, соответствие требованиям приятного для слуха звучания, подбор слов с учетом их звуковой стороны, «следует избегать неблагозвучных слов. Я не люблю слов с обилием свистящих и шипящих звуков, избегаю их» (А.П. Чехов).

Только при соблюдении этих правил лектор сможет правильно и грамотно построить свое выступление и донести знания до слушателей, привести аудиторию к логическим выводам и убедить ее принять эти выводы.

Неординарные, духовно богатые личности владеют магией словесного общения. Ее источают их образ, манеры общения, интонационная окраска голоса, флюидное свечение глаз, важна энергетика речи. Слушателям импонирует, когда говорящий не суетится, а эмоционально чеканит фразы, не скрывая при этом своих убеждений, всем своим видом показывая уверенность и правильность используемых аргументов. Артистичный педагог создает вокруг себя эмоциональное биополе, попадающие в него включают свои эмоции, и это происходит в той направленности, которая обусловлена влиянием педагога.

Самое высшее проявление речевого мастерства педагога – контакт с аудиторией. Контакт – общность психического состояния оратора и аудитории, взаимопонимание между выступающим и слушающими. Совместную мыслительную деятельность оратора и аудитории исследователи называют *интеллектуальным сопереживанием*. Слово принадлежит наполовину тому, кто говорит и наполовину тому, кто слушает. Для возникновения контакта важно:

- эмоциональное переживание, оратор и аудитория испытывают изначально сходные чувства;
- отношение говорящего к предмету речи, его заинтересованность, убежденность передаются слушателям.

Психологи утверждают, что необходимым условием контакта между аудиторией и оратором является уважительное отношение к слушателям, признание в них партнеров, товарищей по общению.

Тишина может быть вежливой – молчат, потому что не хотят мешать. И может быть напряженной – молчат, потому что боятся пропустить хотя бы слово, поэтому тишина еще не показатель контакта.

Главные показатели взаимопонимания между говорящими и слушающими – положительная реакция на слова выступающего (их поза, сосредоточенный взгляд, кивки головой). О наличии или отсутствии контакта говорит поведение оратора (уверенное или сбивчивое), частота обращения к аудитории, реакция на их поведение.

Контакт – величина неустойчивая, он может быть полным или частичным, изменяться в процессе выступления. Факторы, влияющие на контакт:

- актуальность обсуждаемого вопроса;
- новизна в освещении вопроса;
- интересное содержание выступления.

Так как именно преподавателю принадлежит главная роль в общении (он инициирует, направляет, стимулирует педагогическое общение, концентрирует внимание), студенты ждут от педагога уверенности, решительности, спокойствия и достоинства.

### **Вопросы для самопроверки**

1. Каковы основные функции речи педагога?
2. Перечислите основные требования к голосу педагога.
3. Каковы коммуникативные качества речи педагога?
4. Что означает логичность речи?
5. Каковы основные законы логики? Раскройте их смысл.
6. От чего зависит контакт в публичном выступлении?

### **Литература**

1. Бадмаев Б.Ц., Малышев А.А. Психология обучения речевому мастерству. – М.: Изд-во ВЛАДОС – ПРЕСС, 2002.
2. Булатова О.С. Педагогический артистизм: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001.

3. Вагапова Д.Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах. – М.: Цитадель, 2001.
4. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2002..
5. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Риторика и культура речи. Серия «Высшее образование». – Ростов н/Д: Изд-во «Феникс», 2003.
6. Кузнецов И.Н. Практикум по риторике: учебно-справочное пособие, -Мн:«Современное слово», 2004.
7. Мальханова И.А. Школа красноречия: интенсивный учебно-практический курс речевика – имиджмейкера. – М.: ООО «АиФ-Принт», 2002.
8. Мурашов А.А. Культура речи учителя. – М: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2002.
9. Мурашов А.А. Педагогическая риторика. – М.: педагогическое общество России, 2001.
10. Мурашов А.А. Профессиональное общение: воздействие, взаимодействие, успех. – М.: Педагогическое общество России.
11. Мурашов А.А. Риторика. Хрестоматия – практикум. – М.: Российское педагогическое агентство, 1998.
12. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. – Изд. 2-е испр. и доп./Под ред. Т.А. Ладыженской А.К. Михальской; сост. А.А. Князьков. – М.: Флинта, Наука, 1998.
13. Секреты ораторского мастерства./Пер. с англ. Е.А. Бакушева. – Мн.: ООО «Попури», 2003. –272
14. Сергеечева В. Как говорить убедительно. – СПб.: Питер, 2002.
15. Таранов П.С. Карманная риторика. М.: Изд-во ЭКСМО, 2004.
16. Ханин М.И. Практикум по культуре речи, или Как научиться красиво и убедительно говорить: Учеб. пособие. – СПб. «Паритет», 2003. –192 с.

### **Упражнения на развитие вербального имиджа**

#### **I. Рекомендации по облегчению говорения:**

1. Перед тем как говорить, а также после каждого выдоха вдыхайте достаточное количество воздуха. «Достаточно» – означает не чрезмерно: каждый говорящий должен руководствоваться собственным опытом и

вдыхать такое количество воздуха, которое отвечает особенностям его организма.

2. После вдоха воздух тратьте медленно, экономно. Чрезмерный запас воздуха может привести к его потере.

3. Не повышайте голос, говорите так, как всегда. Повышая голос, вы тратите больше воздуха.

4. Держите грудь ровно, чуть-чуть выпятив ее вперед. Вдыхать воздух нужно и носом, и ртом. Говорите по важности, находясь в хорошей физической и психической форме. Нервная система не должна испытывать чрезмерные нагрузки.

### **Психологический настрой на улучшение голоса**

Я стараюсь сосредоточиться на образах и словах, которые произношу.

Мой голос рождает низкие, приятные, бархатные звуки.

Открываются резонансные полости.

Голос резонирует в горле, груди.

Мне приятно ощущать вибрации моего голоса.

Я посылаю голос вверх, ощущая приятные вибрации.

Мой лоб излучает энергию моего голоса.

Мой голос придает мне уверенности.

Мое дыхание ритмично.

Я экономно расходую воздух.

Во мне рождается уверенность, что мой голос приобретает приятные обертоны.

Рождаются звуки, способные проникать в сердце слушателя.

Мой голос обволакивает аудиторию.

Он проникает в сокровенные уголки сердца слушателя.

### **Упражнение 1. «Делать паузы»**

Произнесите текст, делая разные паузы: логические, смысловые, психологические.

Инструкция: в выразительности нашей речи не последнюю роль играют паузы. Пауза – определенный информационный сигнал к началу активного слушания. Вовремя выдержанная пауза может оказать большее воздействие, чем много сказанных слов. Важно уметь делать паузу и соот-

ответственно интерпретировать молчание. Короткая пауза перед кульминационным пунктом речи – один из способов наиболее ярко подчеркнуть его.

В следующем тексте расставьте паузы.

«Люби!» – поют шуршащие березы,

Когда на них сережки расцвели.

«Люби!» – поет сирень в цветной пыли.

«Люби! Люби!» – поют, пылая, розы.

Страшись безлюбья. И беги угрозы

Бесстрастия. Твой полдень вмиг – вдали.

Твою зарю теченья зорь сожгли.

Люби любовь. Люби огонь и грезы.

К. Бальмонт.

## Упражнение 2.

Положение стоя, ноги – на ширине плеч. Медленно вдохните, а затем очень громко, с выражением, делая ударения на каждом слоге, прочитайте стихотворение:

На-ша Та-ня гром-ко пла-чет:

Уро-ни-ла в реч-ку мя-чик.

Ти-ше, Та-неч-ка, не плач,

Не уто-нет в реч-ке мяч!

Читая стихотворение, медленно наклоняйтесь. Необходимо учесть, что концовка стихотворения должна совпасть с окончанием наклона.

Повторить 3 -5 раз.

## Упражнение 3.

Медленно, как в предыдущем упражнении, наклоняясь, громко прочтите стихотворение через нос с закрытым ртом. Следите, чтобы воздух не ушел при первом же слове. Повторить упражнение 3 раза.

## Упражнение 4. «Скороговорки».

Прочтите скороговорки на одном выдохе (сначала короткие, затем длинные), добирайте воздух на смысловых паузах. Исходное положение: стоя, ноги – на ширине плеч. Глубоко вдохните, задержите дыхание и медленно произнесите:

Добыл бобов бобыль.  
Шакал шагал, шакал скакал.  
Ткет ткач ткани на платки Тане.  
На меду медовик, а мне не до медовика.  
Фараонов фаворит на сапфир сменил нефрит.  
На дворе трава, на траве – дрова: раз дрова,  
два дрова – не руби дрова на траве двора.  
Как у горки на пригорке жили тридцать три Егорки:  
раз Егорка, два Егорка, три Егорка...

### **Гимнастика для губ и языка**

Цель: развитие и совершенствование артикуляционного аппарата и произношения.

#### **Упражнение 1.**

Вытяните губы трубочкой, будто вы хотите поцеловать что-то на расстоянии, а затем широко улыбнитесь во весь рот, растягивая губы и обнажая зубы.

Повторите это движение 10 раз на счет «раз, два». «Раз» – губы вытянуты трубочкой, «два» – переведены в широкую улыбку. В результате начальное напряжение щек и губ должно исчезнуть. Если пересыхают губы, оближите их и сделайте движение, которым женщины распределяют губную помаду.

#### **Упражнение 2.**

Убедившись, что губы сложены трубочкой – «хоботок», устойчиво зафиксированы, подвигайте «хоботком» вправо-влево. Щеки должны быть неподвижны. Упражнение необходимо повторить 10 раз.

#### **Упражнение 3.**

Глядя в зеркало, зафиксируйте «хоботок», а затем поднимите его вверх и опустите вниз на счет «раз, два». Подбородок и нижняя челюсть должны быть неподвижными. Прodelайте упражнение 10 раз.

#### Упражнение 4.

Кончиком языка упритесь в щеку и растяните ее, а затем другую, словно вы во рту катаете конфету: раз – два, раз – два. Постепенно усиливайте давление языка на щеки. Прodelайте упражнение 10 раз. Сделайте несколько жевательных движений, чтобы снять напряжение.

#### Упражнение 5.

Упритесь кончиком языка в верхнюю губу, затем – в нижнюю, снова – в верхнюю, в нижнюю, и так 10 раз. Сделайте несколько жевательных движений, чтобы снять напряжение.

#### Упражнение 6.

Сожмите губы и в напряженном состоянии просуньте между ними язык, свернутый в трубочку. Прodelайте упражнение 5 раз.

### **Дикционные упражнения**

Четкая дикция – неременное условие всех публичных выступлений. Под дикцией понимается четкое произношение всех звуков родного языка с правильной их артикуляцией, при четком и внятном произнесении слов и фраз.

Цель: формирование четкого и правильного произношения звуков (гласных и согласных).

#### Упражнение 1.

Вдохните и на выдохе, посылая звук в темя или в «маску»(нижнюю часть лба), стремясь, чтобы гласная звучала коротко и резко, как выстрел, а согласная – длинно, произнесите следующие слоги:

ПУ ПО ПА ПЭ ПИ ПЫ  
БУ БО БА БЭ БИ БЫ  
КУ КО КА КЭ КИ КЫ  
ГУ ГО ГА ГЭ ГИ ГЫ

Каждый слог произносится на вдохе и выдохе. Упражнение нужно повторить 5 раз.

## Упражнение 2.

Упражнение выполняется таким же образом, как и предыдущее, но на одном выдохе вы должны «выстрелить» два слога:

ПУ-БУ ПО-БО ПА-БА  
ПЭ-БЭ ПИ-БИ ПЫ-БЫ  
КУ-ГУ КО-ГО КА-ГА  
КЭ-ГЭ КИ-ГИ КЫ-ГЫ

Каждый пример нужно повторить 5-7 раз.

По указанной выше методике произнесите следующие слоги. Каждый пример повторяйте трижды:

РЛУ РЛО РЛА РЛЭ РЛИ РЛЫ  
ЛРУ ЛРО ЛРА ЛРЭ ЛРИ ЛРЫ  
РЛУ-ЛРУ РЛО-ЛРО РЛА-ЛРА РЛЭ-ЛРЭ  
РЛИ-ЛРИ РЛЫ-ЛРЫ  
СТУ ЗДУ СТО-ЗДО СТА-ЗДА СТЭ-ЗДЭ СТИ-ЗДИ СТЫ-ЗДЫ  
ПКТУ-ТПКУ ПКТО-ТПКО ПКТА-ТПКА  
ПКТЭ-ТПКЭ ПКТИ-ТПКИ ПКТЫ-ТПКЫ  
КПТУ КПТО КПТА КПТЭ КПТИ КПТЫ  
ДБГУ-БГДУ ДБГО-БГДО ДБГА-БГДА  
ДБГЭ-БГДЭ ДБГИ-БГДИ ДБГЫ-БГДЫ

## Упражнение 4. «Скороговорки»

Тщательно выговаривая каждый звук, надо медленно прочитать по складам:

От то-по-та ко-пыт пыль по по-лю ле-тит.

Повторите до тех пор, пока не почувствуете, что вы можете медленно прочитать скороговорку без запинки. Затем прочитайте скороговорку в темпе обычного разговора. Убедитесь, что текст звучит разборчиво и уверенно. Повторяя скороговорку, наращивайте темп, а затем произнесите текст на пределе своих возможностей.

Бык тупогуб, тупогубенький бычок, у быка бела губа была тупа.

Чешуя у щучки, чешуйка у чушки.

## Упражнение 5.

Прочитайте стихотворение Льюиса Кэрролла «Бармаглот» так, чтобы слова были четко слышны:

Варкалось. Хливкие шорьки пырялись по наве, и хрюкали zelюки, как мюмзики в мове. И бойся Бармаглота, сын! Он так свиреп и дик, а в глуше рымит исполин – злопастый Брандашмыг! Но взял он меч, и взял он щит, высоких полон дум. В глушобу путь его лежит. Под дерево Тумтум. Он встал под дерево, и вот граахнул гром – летит ужасный Бармаглот и пылкает огнем! Раз-два, раз-два! Горит трава! Взы-взы – стрижают меч. Ува! Ува! И голова барабардает с плеч. О, светозарный мальчик мой! Ты победил в бою! О, храброславленный герой, хвалу тебе пою! Варкалось. Хливкие шорьки пырялись по наве. И хрюкали zelюки, как мамзюки в мове.

## Упражнение 6

Выразительно прочитайте сказку Л. Петрушевской «Пуськи бятые».

Сяпала Калуша по напушке и увозила бутявку. И волит: Калушата, калушаточки! Бутявка! Калушата присяпали и бутявку стрямкали. И придудонились. И Калуша волит: Оее, оее! Бутявка-то – некузявая! Калушата бутявку вычурили. Бутявка вздрезбезнулась, сопритюкнулась и усякала с напушки. А Калуша волит: бутявок не трямкают. Бутявки дюбые и зюомозюмо некузявые. От бутявок дудунятся. А бутявка волит за напушкой: Калушата подудонились! Калушата подудонились! Зюомозюмо некузявые! Пуськи бятые!!

## Упражнение 7

Прочитайте текст, добившись эффекта внушения.

Каждый день неповторим и феноменален, если прожить его как последний день – единственный день жизни, то есть не оглядываясь, в радостном ощущении человеческого бытия, любви и гармонии. Именно к такой жизни приводит принятие алгоритма смирения и недеяния. Тогда расстановка ценностных акцентов ориентируется не на приобретение, а на отдачу. Не случайно люди испокон веков знали истину: чем больше отдаешь себя людям, не ожидая от них наград, тем больше вернется к тебе сердечным теплом и любовью. Мы тем и бедны, что имеем много, и не только бедны, но и несвободны, ибо не вещи нам служат, а мы вещам. Боясь поте-

рять то, что имеем, мы погружаемся в целую систему страхов, которая по законам индукции порождает, с одной стороны, замки, сигнализацию, а с другой стороны, воров. Мы и к ближайшим своим относимся с большой долей собственности: отсюда траур наш по умершему фальшив, поскольку нам жалко не столько ушедшего, сколько себя потерявшего.

(А.Мартынов. Исповедимый путь)

### **Структурно-логическая схема содержания устного выступления**

1. Вступление – показ значения темы, ее важности для слушателей:

- один – два примера по теме выступления из жизни (экономики, политики, искусства, быта и т.д.), свидетельствующие о наличии проблемы, требующей анализ и выступлений;
- ссылка на официальные государственные документы (законы, указы, постановления, распоряжения, требующие популярного разъяснения).

2. Общая характеристика объекта (предмета) рассмотрения, явления, события, процесса, которому посвящено выступление:

- что это такое (определение понятия)? Каковы его основные признаки и свойства;
- краткая история объекта (возникновение, развитие, современное состояние), какова тенденция развития (прогресс – регресс).

3. Подробный анализ и оценка объекта рассмотрения в соответствии с целью выступления:

- структурный анализ объекта (из каких компонентов состоит, что собой представляет каждый из них);
- функциональный анализ объекта: какую роль играет в объективном жизненном процессе, какие функции (естественные, политические, правовые, экономические и т.д.) выполняет.

4. Заключение:

- Какие теоретические выводы вытекают из изложенного?
- Какие напрашиваются практические выводы для деятельности слушателей?
- Каковы конкретные задачи слушателей в свете этих выводов?

## Самооценка ораторских способностей

Известно, что успех публичного выступления зависит от многих качеств личности оратора: его коммуникативных способностей, творческого потенциала, эрудиции, логичности, и доказательности суждений, опоры как на практику, так и на теоретические знания, от степени доброжелательности и интеллигентности поведения во время выступления, от оптимизма и чувства юмора.

Естественно, что не каждый оратор обладает такими качествами. Более того, в той или иной степени у каждого имеются негативные качества, а иногда они преобладают. Принцип доминирования можно использовать при определении типа оратора.

Тип оратора – это обобщенная характеристика наиболее развитых (доминирующих позитивных или негативных признаков) речевых способностей и особенностей личности, проявляющихся в ораторской деятельности.

Если Вы как оратор стремитесь развить у себя положительные качества и преодолеть недостатки, то для Вас представляет интерес тест, который позволит определить, к какому типу оратора Вы относитесь. На основе самооценки своих действий в наиболее характерных ситуациях, личностных качеств, можно определить к какому типу оратора Вы относитесь.

Попытайтесь ответить на поставленные вопросы, используя 9 – балльную оценочную шкалу. Ваши качества, наиболее характерные действия, мнения будут оцениваться следующим образом: 1 – очень низкий уровень, 2 – низкий, 3 – низкий, 4 – чуть ниже среднего, 5 – средний, 6 – чуть выше среднего, 7 – выше среднего, 8 – высокий, 9 – очень высокий уровень. При ответе на вопрос записывайте баллы.

1. Способны ли вы в процессе публичного выступления к импровизации к гибкой перестройке плана своего выступления с учетом настроения и особенностей слушателей

2. Характерно ли для Вас стремление обосновать и построить какую-либо теоретическую концепцию по решению обсуждаемой проблемы в процессе публичного выступления?

3. Считаете ли Вы, что на Вас (как оратора) работает прежний авторитет?

4. Всегда ли вы умеете интеллигентно вести дискуссию?

5. Всегда ли Ваши публичные выступления носят новаторский характер?

6. Как часто в процессе Ваших публичных выступлений звучит смех?

7. Всегда ли ваши взаимоотношения с аудиторией в процессе публичного выступления носят доброжелательный характер?

8. Способны ли Вы в процессе публичного выступления показать высокий уровень эрудиции и компетентности по обсуждаемым вопросам?

9. В какой степени для ваших выступлений характерны: логичность, обоснованность, доказательность?

10. Характерны ли для вас индивидуальные жесты в процессе выступления?

11. Характерно ли для вас в процессе публичного выступления держаться перед аудиторией независимо и даже самоуверенно?

12. Как часто в процессе публичного выступления вы допускаете фамильярность в диалоге с отдельными слушателями?

13. Придерживаетесь ли вы по обсуждаемому вопросу общепринятой и даже консервативной точки зрения?

14. Как часто в процессе публичного выступления или дискуссии ваше выступление носит пессимистический характер?

15. Как часто во время публичного выступления или дискуссии у вас возникает спор, который даже вопреки вашим намерениям переходит в конфликт?

16. Как часто в процессе публичного выступления вы замечаете за собой, что говорите не по существу, а при ответах на вопросы отделяетесь общими фразами?

После того, как вы ответили на все 16 вопросов теста и дали по 9 – балльной шкале себе оценку, определите тип оратора, который наиболее характерен для вас. Ценность предложенного выше теста заключается в том, что вы можете выявить ваши наиболее позитивные ораторские качества, а также те негативные, над которыми вам предстоит еще поработать в процессе саморазвития.

## ГЛАВА IV. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА

### Специфика имиджа преподавателя вуза

*Знание некоторых принципов легко возмещает  
незнание некоторых фактов.*

*К.А. Гельвеций*

Позитивный имидж педагога, демонстрирующий студенту расположенность, принятие, доброжелательность подготавливает почву для эффективной совместной деятельности, сотрудничества и сотворчества. Особое внимание к индивидуальности преподавателя, его личностным и деловым характеристикам обусловлено необходимостью создания и совершенствования такого образа педагога, который несет в себе привлекательный для студента гуманистический потенциал образовательного процесса.

Имидж преподавателя – внешнее проявление его ценностных ориентаций, взглядов на сущность педагогической деятельности, на смысл и функции педагогического общения, на отношения со студентами. Сущность же педагогической деятельности заключается в том, что она не может быть только для себя, ее смысл в переходе деятельности «для себя» в деятельность для другого, в приобщении другого к ценностям культуры, в утверждении человеческого в человеке. Специфика профессиональной этики преподавателя, ее уникальность и исключительность определяется предметом педагогического труда, предметом субъективным, нематериальным и эфемерным – живой человеческой душой, ее становлением и развитием. Это свойство педагогической профессии является источником огромной ответственности. Асимметричность отношений преподавателя и обучаемых, выражающаяся в зависимости последних от уровня культуры, профессионализма, нравственных ценностей и идеалов преподавателя, от его конкретных нравственных качеств, ежедневного настроения, налагает на педагога дополнительную ответственность за результаты своего труда. Преподаватель не только транслирует культуру, организуя полноценную презентацию знаний и учебную деятельность, но и демонстрирует культуру посредством собственной личности, посредством отношений к жизни и к людям.

Альтруистическое начало педагогической деятельности очевидно, именно оно наполняет ее высоким гуманистическим смыслом, подчеркивает высокое социальное служение педагога. Позитивный имидж преподавателя конструируется в соответствии с ценностью другодоминантности, отражающей понимание направленности поведения во взаимодействии с человеком как со значимым Другим. Признавая сложность, противоречивость, постоянную изменчивость человека в человеке, признавая в личности «республику субъектов» (С. Рубинштейн), педагог ориентируется не только на сотрудничество со студентом, но и на различные грани понимания и принятия его как суверенной личности. Другодоминантность предполагает развитие в личности преподавателя таких черт, как терпимость (способность снижать уровень эмоционального реагирования на неблагоприятные факторы учебного процесса), способность смотреть на все образовательные процессы и на себя глазами студента.

Современная дидактическая концепция предполагает в качестве ориентира, основного содержания и критерия успешности обучения не только знания, умения, навыки, функциональную подготовленность студента к определенной деятельности, но и формирование личностных качеств, направленности, общественной активности, творческих способностей, эмоциональной сферы, черт характера личности обучаемого. Личностно-ориентированный подход к обучению требует от преподавателя общей развитой культуры, без которой педагог не может работать в идеологии сотрудничества, быть фасилитатором интересов студентов. Таким образом, позитивный индивидуальный имидж преподавателя – это гармоничная совокупность внешних и внутренних индивидуальных, личностных, индивидуальных и профессиональных качеств педагога, призванных демонстрировать его желание, готовность и способность к субъект-субъектному общению с участниками образовательного процесса.

Вуз отличается от школы содержанием обучения и воспитания, изменением их форм. Основная функция вуза – формирование личности специалиста. И этой цели должно быть подчинено общение преподавателей и студентов. Система вузовского педагогического общения в звене «преподаватель–студент» отличается от школьного фактом приобщения к общей профессии, а это в значительной степени способствует снятию возрастного барьера. Основным каналом взаимодействия преподавателя и студента становится творческое общение. Общение – сложный и многогранный

процесс взаимодействия, обмена информацией, отношения людей к друг другу, процесс взаимовлияния друг на друга, процесс сопереживания и взаимного понимания. Способом эффективного педагогического общения является диалог.

Трудность формирования позитивного имиджа педагога, направленного на создание благоприятного психологического климата в аудитории, заключается в готовности педагога к субъект-субъектным отношениям, при которых устанавливается не межролевой «преподаватель-студент», а межличностный контакт, а значит и наибольшая восприимчивость и открытость к воздействиям одного участника общения на другого. Вступить в равноправные, диалоговые взаимоотношения со студентом непросто, так как преподаватель выполняет различные функции в педагогическом общении: полноценная презентация знаний, организация деятельности, фасилитация (облегчение) общения. Кроме того, переход от монологического общения к диалогическому никогда не произойдет, если к нему не готовы обе участвующие стороны, если не сформировано гуманистическое по своему характеру коммуникативное ядро личности, умение видеть в человеке высшую ценность, а в собеседнике, участнике общения – личность, столь же значимую, как и он сам. Стиль общения преподавателя предполагает: пристальное внимание к мыслительной деятельности студентов, движение мысли требует поддержки, одобрения; наличие эмпатии – умение сопереживать и поставить себя на место обучаемого, что позволяет прогнозировать деятельность; доброжелательность и позиция заинтересованности; рефлексия – непрерывный, строгий анализ своей деятельности. Манера общения – важнейшая характеристика привлекательного имиджа педагога. Энергичный, ровный в общении, доброжелательный преподаватель всем своим видом должен показывать, что готов к общению со студентами и испытывает от этого процесса удовлетворение, переходящее в удовольствие. Педагог не может выглядеть вялым, уставшим, безынициативным, недовольным, угрюмым, высокомерным. Его вид должен излучать жизненную энергию.

Существует мнение в педагогической теории (О.С. Булатова, М.Н. Ермоленко, В.А. Мижериков), что педагог обязан быть обаятельным. За вопросом о том, что такое обаяние, стоят раздумья о тех, кто легче привлекает к себе симпатии и уважение, кто удачливее в контактах. Существует термин фасцинация, завораживание. Среди способов фасцинации выделя-

ют: особый взгляд (он должен быть прямым, лучистым, если твердым, то теплым); особый голос (богатый в тембровом отношении, гибкий по модуляциям); особый ритм речи (то возбуждающий, то успокаивающий, но не наскучивающий); особый ум (с одной стороны, высоко импровизационный, с другой – богато оснащенный словесными конструкциями и их вариациями). Оснащенность словесными конструкциями означает, что ум не просто глубок и обширен, но и не имеет трудностей вербализовать сколь угодно трудную или внезапную идею. Ситуативность ума означает наличие в каждый миг общения точной многоканальной связи с аудиторией. Обаяние – это искренность, отсутствие фальши, искусственной наигранности в поведении, манерничания и жеманства, сплав духовности, привлекательности и вкуса. Установление коммуникационных связей упрощается, если у преподавателя приветливое лицо, а жесты, движения, осанка и походка красивы и выразительны.

Важным компонентом позитивного имиджа педагога является педагогическая техника. Педагогическая техника – комплекс умений, которые помогают глубже, ярче, талантливее выразить себя. Это техника и культура речи (голос, дыхание, дикция, интонационная окраска, грамотность), выразительный показ чувств и отношений (мимика, внешний облик), профессиональная саморегуляция. Педагогическая техника орнаментирует информацию, сообщаемую педагогом.

Таким образом, применительно к имиджу преподавателя вуза можно выделить следующие компоненты: гуманистическая направленность – методологическое основание педагогической деятельности; кинесика, мимика, коммуникативное поведение – доброжелательный тон, оправданность использования оценочных суждений, умение ставить вопросы, вовлекать в обсуждение аудиторию, умение вести диалог – педагогическая техника; коммуникативность (расположенность к людям, доброжелательность), эмоциональная устойчивость, динамизм личности (способность к волевому воздействию и логическому убеждению), эмпатия, оптимистическое прогнозирование, рефлексия, терпимость – педагогические способности.

Важной составляющей имиджа преподавателя вуза являются интеллектуальные характеристики, глубина и быстрота мышления, интеллектуальная выносливость – способность к пополнению уже имеющихся знаний, эрудиция – широкий кругозор в сочетании с глубокими познаниями в области преподаваемого предмета, научная деятельность. Мышление педаго-

га характеризуется аналитичностью, гибкостью, продуктивностью, конструктивностью, позитивной направленностью. *Аналитичность* мышления помогает логически перерабатывать научную и социальную информацию, анализировать различные ситуации, в которых происходит принятие педагогических решений, критически оценка результатов своей деятельности. *Гибкость* мышления помогает быстро реагировать на ситуацию и изменять способы деятельности в зависимости от складывающихся условий. Гибкость мышления определяется и способностью к импровизации – мгновенному нахождению необычных, новых и наиболее оптимальных способов деятельности. *Конструктивность* мышления обеспечивает постановку задач в определенных условиях деятельности, разработку планов и проектов решения задач. Конструктивность мышления проявляется в способности прогнозировать свою деятельность – предвидеть ее результаты. Качество мышления, его направленность и интенсивность определяются теми эмоциями, которые сопровождают мысль. *Позитивное мышление* должно проявляться не только в отдельных ситуациях, а быть стабильным и устойчивым. Оно заключается в способности к оптимистическому мировосприятию, в способности рассматривать себя, свое состояние со стороны, отключаться от ситуации и рефлексировать свои мысли и чувства как бы извне. Делая свои мысли и чувства объектом умственного наблюдения, мы снимаем отрицательные переживания и связанные с ними негативные мысли [11,145-146]. Среди стереотипов мышления, препятствующих эффективной педагогической деятельности, исследователи выделяют: обеднение образа студенческой аудитории за счет примитивной типологизации обучаемых; акцент в педагогическом общении на поведении студентов, а не их деятельности; ориентация в преподавательской работе на содержательную сторону, на объем материала, а не структуру и способы деятельности; гипертрофия функции контроля в обучении как единственного способа активизации деятельности.

Важной характеристикой имиджа преподавателя является педагогическая компетентность. Этические, коммуникативные, интеллектуальные свойства имиджа недостаточны для создания позитивного имиджа, если преподаватель не владеет системным знанием предмета, не умеет его полноценно презентовать. Под педагогической компетентностью понимается гармоничное сочетание знаний преподаваемого предмета, дидактики и ме-

тодики его преподавания, умений и навыков профессионального общения [6, 42].

Как отмечает А.К.Маркова, профессионализм человека – это не только достижение профессиональных результатов, не только производственный труд, но и непременно наличие внутренних психологических компонентов – внутреннее отношение к труду, состояние его психологических качеств. При анализе профессиональной деятельности педагога-профессионала, по мнению А.К.Марковой, следует рассматривать не только способность к овладению преподавателем новых образовательных технологий, средствами, различными нововведениями, но и учитывать то, что движет им в данной профессии, от каких ценностных ориентаций он отталкивается, ради чего он занимается данным делом, какие внутренние ресурсы добровольно и по внутреннему побуждению вкладывает в свой труд.

Британский имиджмейкер Э.Сэмпсон разделяет это качество на ряд составляющих: уверенность, компетентность, доверие, постоянство и контроль. Доверие связано с чувствами, которые человек хочет внушить окружающим и, прежде всего с готовностью оказать поддержку. Создание доверительного взаимопонимания – длительный и тонкий процесс, требующий не только умения расположить к себе партнера, но и умения сохранить при этом чувство собственного достоинства. Постоянство как компонент профессионализма состоит в следовании сложившемуся имиджу и в непрерывных действиях по его содержанию и развитию. Контроль выражается в самоконтроле и контроле над другими людьми. Самоконтроль предполагает возможность человека осознавать и контролировать ситуацию, протекающие процессы. На его основе складывается оценка личностью самого себя, своих возможностей, качеств и места среди других людей.

Профессиональный имидж преподавателя вуза определяется не только продуктивной педагогической деятельностью (он должен быть хорошим лектором, преподавателем – предметником), но и ориентацией на научно-исследовательскую деятельность; в имидже преподавателя вуза сочетаются имидж педагога и имидж ученого. Имидж ученого – это аналитичность, положение в научном и преподавательском мире, связь с отечественной и зарубежной интеллектуальной традицией. Именно в научно-исследовательской работе обогащается внутренний мир преподавателя, проявляется творчество личности, ее индивидуальный стиль, повышается

научная компетентность. Результаты научной деятельности представлены в многочисленных публикациях разного уровня: написание книг, монографий, учебников, статей, а также выступление на конференциях разного уровня, разработка программ исследований, руководство аспирантскими, соискательскими работами и научными работами студентов. Таким образом, научно-исследовательская деятельность является не только процессом самореализации, но профессионально необходимым видом деятельности.

Имидж гуманистически ориентированного педагога, его психологические и визуальные характеристики, проявляемые в педагогическом общении, будет содействовать самоутверждению, самоактуализации, профессионализации студента.

### **Сущность и функции педагогического общения**

*Сердце человека все соткано из его человеческих отношений к другим людям; то, что оно стоит, целиком определяется тем, какие отношения к людям, к другому человеку он способен устанавливать.*

*С. Рубинштейн*

Все моральные проблемы: общечеловеческие и профессиональные, «открытые» и закрытые» – возникают, проявляют себя и решаются в общении людей друг с другом, выступающем важнейшей потребностью личности и общества. Зачем мы вступаем в общение? Современная психология утверждает, что мы вступаем в общение, чтобы удовлетворить собственные социальные потребности. Общение – это ценность и первая жизненная необходимость. Э. Фромм выделяет 5 фундаментальных потребностей, реализуемых в общении:

1) потребность в социальных, человеческих связях – потребность в чувстве «мы», в принадлежности к общности;

2) потребность в самоутверждении, в ощущении своей значимости для окружающих, в престиже, в признании себя как личности. Общение дает человеку возможность выявить все грани своей личности, сделать их значимыми для других;

3) потребность в привязанности, в теплых отношениях, в любви. Общение есть условие человеческого счастья;

4) потребность «в самосознании», потребность быть индивидуально-стью, получать от других признание своей неповторимости, «С другими прошу не путать»;

5) потребность в «системе ориентации и объекте поклонения», согласно которой человек стремится ощутить свою причастность к определенной культуре, перед кем-то, чем-то благоговеть, к кому-то (чему-то) относиться с презрением.

Если удовлетворения потребностей не происходит у человека появляется чувство одиночества, ущербности, ущемленности, он практикует «бегство» от общения. Может проявляться бессмысленная агрессия, деструктивное поведение, направленное на самого себя: саморазрушение в виде неврозов, алкоголизма, поиска острых ощущений. Человек может направлять свои агрессивные импульсы (ссоры, стрессы, конфликты) и на других – «инфарктогенная личность».

В чем причина? Несовершенство общественных отношений, неправильное семейное воспитание, неумение (незнание, нежелание) использовать такие модели поведения, которые способны насытить общение максимумом положительных эмоций, снять напряжение.

Характерные для нашего времени демократизация и гуманизация общественных отношений привели к смещению акцентов в системе межличностного общения, которая все больше становится самостоятельной нравственной ценностью в духовной жизни общества.

Психологи определяют *общение* как информационное и предметное взаимодействие, в процессе которого реализуются и формируются межличностные взаимоотношения (Я.Л. Коломинский). Это определение верно, поскольку в нем отражается деятельностный характер общения как формы человеческих взаимоотношений. Справедливыми будут суждения об общении как особого рода искусстве, требующем таланта; как о науке, имеющей свои закономерности; как о своде правил и технологий поведения. Иными словами, не следует ждать однозначного определения общения: здесь возможна такая же поливариантность, как и в формах и проявлениях самого общения.

Философы под общением понимают связь равноактивных, равносвободных, равноуникальных субъектов, которые раскрывают свою неповторимость в содержании и способе взаимодействия (М.С. Каган). Общение как взаимное признание самости и самоценности партнеров по общению.

Такое понимание общения с позиций гуманистической этики требует от педагога обратить внимание на следующие его основные черты и свойства:

- общение предстает как деятельность, что предполагает его активно-процессуальный характер, содержанием этой деятельности становится *установление отношений* одного человека к другому;
- межличностные отношения – независимо от положения вступающих в них людей – должны носить субъект-субъектный характер, в них вступают равные субъекты; «я» и «ты» здесь цель друг для друга и никогда не средство;
- при общении должен проявляться его творчески-импровизационный характер, способствующий выявлению глубинных качеств субъекта – его свободной активности, способности порождать новые смыслы.

Общение следует отличать от коммуникации как двустороннего обмена информацией. Смысл коммуникации – принять, понять, правильно декодировать.

1. Общение носит более личностную окраску, предполагает не только информационную связь, но и *личностно-экзистенциальную*, субъективную связь между людьми при сохранении индивидуальности общающихся сторон.

2. Общение *симметрично*, ибо предполагает функциональное равенство участвующих в нем лиц как субъектов единой совместной деятельности; информационный процесс ассиметричен.

3. Структура информационного общения, как правило, монологична, а общения – *диалогична*.

Итак, диалогичность – важнейшая черта общения. Диалог – форма поступательно-прогрессивного развития познавательного процесса, когда движение к искомому результату идет путем взаимодействия различных, но не соперничающих точек зрения, подходов, направлений. Диалог – не обмен монологами, диалог – есть поиск взаимопонимания. Диалог – это сопряжение смыслов. То, что я думаю и чувствую совместимо с тем, что думает и чувствует другой. Обрести это единичество и единомыслие – цель диалога. Поэтому общение скорее исповедь, чем обмен информацией. Мышление человека безличностно, разные люди могут одинаково мыслить, только переживание – сокровенно личностное чувство. Педагогу не-

обходимо помнить, что познавательная деятельность не в состоянии удовлетворить все богатство потребностей человека. Педагогу следует иметь в виду, что для квалифицированного ведения диалога недостаточно авторитета и служебного превосходства. Необходимы широкая эрудиция, навыки доказательного рассуждения, умение слушать и быть услышанным, способность воспринимать другого как личность такого же уровня, как и я сам. Искусство общения педагога и состоит в том, чтобы поставить человека выше его отдельных недостатков и несовершенств, увидеть и оценить в нем индивидуальные и неповторимые черты, понять, что ценность личности человека не должна зависеть от его отдельных свойств.

Профессиональная этика предполагает серьезную работу педагога над собой в этом направлении, поскольку именно от знания, понимания и принятия этих условий зависит диалогичность общения между ним и обучаемым, в конечном счете – и между поколениями.

Общение как ценность можно рассматривать в двух аспектах: как утилитарно-прагматическую деятельность, ориентированную на достижение социально-значимых объективных результатов, и как самоценность – общение ради общения, смыслом которого является самовыражение и духовное сопряжение людей, приобщающихся к духовным ценностям партнера и тем самым умножающим свои.

Под педагогическим общением понимается специальная форма профессионального общения преподавателя и студента в процессе обучения и воспитания, имеющая определенные педагогические функции и направленная (если оно полноценное и оптимальное) на создание благоприятного психологического климата и оптимизацию взаимоотношений. Идеальное педагогическое общение должно снимать отрицательные эмоции, вызывать радость постижения, жажду деятельности и педагога и студента. Направленность педагогического общения должна быть на организацию освоения знаний и формирование на этой основе умений; на взаимодействие и обучение в целях личностного развития.

В психолого-педагогической литературе определены следующие функции педагогического общения:

- обучающая или информационная, она не является самодавлеющей, она часть многостороннего взаимодействия, обмена между ними информацией познавательного и аффективно-оценочного характера;

- фасилитативная функция (облегчение общения). К. Рождерс называет педагога прежде всего фасилитатором общения, помогающим обучаемому раскрыть себя, способствующим самоактуализации и дальнейшему развитию личности другого. Это функция включает в себя «открытие» на общение, «соучастие» в общении, «возвышение» обучаемого (В.Ю. Питьюков);

- организация деятельности;

- познание личности. Общение как диалог разворачивается в условиях когнитивно сложного процесса отражения людьми друг друга. Психологически грамотное восприятие другого помогает установить на этой основе взаимопонимание и эффективное взаимодействие: внимание к поведению, словам, жестам, интонациям, переменам во внешнем облике и поведении других;

- самопрезентация помогает самовыражению педагога, в актах общения осуществляется презентация внутреннего мира преподавателя. «Не измученный, усталый и опустошенный, а интересный, духовно богатый, идейно зрелый человек может стать властителем дум и чувств нового поколения» (В.А. Сластенин). В случае, когда преподаватель с богатым внутренним миром способен грамотно предъявить его студентам, можно говорить о конгруэнтном самовыражении;

- обмен ролями, в ходе педагогического общения замена межролевого общения общением межличностным.

Корни слова общение связаны с другим словом – общее. Главное в общении – не кто прав (взаимодействие по типу конкуренции и соперничества), а взаимопомощь, взаимное ориентирование по проблеме, уточнение и обогащение знаний, сведений, мнений (взаимодействие по типу кооперации).

Итак, в общении всегда происходит своеобразное взаимодействие интеллектов людей, их эмоциональных сфер и воли, постоянно разворачивается взаимодействие характеров и личностей. Общение – это сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

Одна из основных трудностей педагогического общения состоит в том, что это высококонфликтное общение. Исследователи [16] выделяют

следующие типы и разновидности конфликтогенов, наиболее часто встречающихся в педагогическом общении:

*Конфликтогены превосходства:*

- прямые проявления статусного, возрастного, позиционного превосходства преподавателя (угроза, замечание, вдалбливание, но особенно – критика, прямое обвинение, издевка, насмешка, сарказм);
- снисходительное отношение к объекту, косвенно демонстрирующее стремление возвыситься за счет унижения другого, проявления высокомерия.
- напоминание об оказанном благодеянии;
- категоричность и безапелляционные фразы-обобщения;
- навязывание своих советов, своего мнения, своей жизненной позиции;
- подшучивание, даже безобидное (хуже всего – систематическое подшучивание над одним и тем же недостатком, случаем неудачи);
- демонстрация своих достоинств с оттенком похвальбы;
- перебивание собеседника.

*Конфликтогены агрессивности:*

- непреодоленная природная агрессивность;
- привычка к проявлению ситуативной агрессивности (неприятности, плохое самочувствие, ответные реакции на конфликтоген: «Опять на меня наезжают!», «Да как ты смеешь...» и т.п.

*Конфликтогены эгоизма:*

- концентрация на собственном «Я», эгоцентризм;
- равнодушие к внутреннему миру других, отсутствие эмпатии;
- корысть, ее преобладание над общими интересами.

Благожелательные послы – антиподы конфликтогенов – вполне могут быть распределены по трем аналогичным типам:

- вместо стремления к превосходству – готовность к сотрудничеству;
- вместо демонстрации агрессивности – демонстрация дружелюбия;
- вместо проявления эгоизма – проявление эмпатии.

Логика исчерпания конфликта однозначна: на первом этапе снимается эмоциональный накал противостояния, на втором – осуществляется совместный поиск конструктивных путей решения проблемы. Наиболее сложным является первый этап, поэтому все перечисленные ниже методы на-

правлены в первую очередь именно на снятие эмоционального накала, на преодоление ситуативно возникающего отношения студента к преподавателю как к противнику.

Кроме того, педагогическое общение должно опираться на общечеловеческие ценности, закрепленные в этикете. Дж. Лич выдвигает в качестве ведущего принципа коммуникации принцип вежливости, представляющий собой совокупность максим.

1. *Максима такта.* Максима границ личной сферы. Любой коммуникативный акт предполагает дистанцию между участниками. Не следует затрагивать тем, потенциально опасных (частная жизнь, индивидуальные предпочтения).

2. *Максима великодушия.* Максима необременения собеседника, она предохраняет его от доминирования в ходе коммуникативного акта. Хороший коммуникативный акт должен быть комфортным. Не следует связывать партнера по общению клятвами и обещаниями.

3. *Максима одобрения.* Максима позитивности в оценке других. Атмосфера, в которой происходит общение, определяется не только отношениями друг к другу, но и позицией каждого по отношению к миру и тем, совпадают ли эти позиции. Если оценка мира (позитивная или негативная) не совпадает с оценкой собеседника, это затрудняет коммуникацию.

4. *Максима скромности.* Это максима неприятия похвал в свой адрес. Одним из условий успешного развертывания общения является реалистическая, по возможности объективная самооценка. Сильно завышенная и сильно заниженная самооценка препятствуют налаживанию контакта.

5. *Максима согласия.* Максима неопозиционности. Она предполагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи – сохранения предмета взаимодействия, «снятие конфликта» путем взаимной коррекции коммуникативных тактик.

6. *Максима симпатии* – благожелательности, создающей благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Недоброжелательность делает речевой акт невозможным. Безучастие прерывает общение. Максима доброжелательности дает основание рассчитывать на положительное развитие речевой ситуации с намечающимся конфликтом.

Максимы должны быть в системе, а не сами по себе.

Важнейшими критериями в составе коммуникативного кодекса признается критерий истинности (верность действительности) и критерий искренности (верность себе).

Опора на принципы вежливости позволяет более успешно организовать педагогическое взаимодействие.

### **Вопросы для самопроверки**

1. В чем, на ваш взгляд, заключается специфика профессионального имиджа преподавателя вуза?
2. Какие компоненты профессионального имиджа преподавателя вуза являются доминантными? Поясните свою точку зрения.
3. Согласны ли вы с точкой зрения, что педагог должен быть обязательным? Почему?
4. Какие коммуникативные качества должны быть развиты у преподавателя вуза?
5. Перечислите свойства педагогического мышления?
6. Какие профессиональные имиджевые характеристики вы хотели бы развить у себя?
7. В чем заключается гуманистический смысл педагогического общения?
8. Каковы основные функции педагогического общения?
9. Назовите морально-психологические барьеры в общении. Какие из них мешают лично вам?
10. Попробуйте составить кодекс педагогического общения.

### **Литература**

1. Аминов Н.А. Диагностика педагогических способностей. – М.: московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 1997.
2. Андриади И. П. Авторитет и процесс его становления. – М.: Наука, 1997.
3. Асташова Н.А. Учитель: проблема выбора и формирование ценностей, – М: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2000.

4. Зеер Э.Ф. Психология профессионального образования. – М.: Изд-во Московского психолого – социального института, 2003.
5. Кан-Калик В.А., Никандров Н.Д. Педагогическое творчество. – М.: Наука, 1990.
6. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя. – М.: ВЛАДОС, 2004.
7. Климов Е.А. Педагогический труд: психологические составляющие: Учеб пособие. – М.: Изд-во Московского университета, 2004.
8. Морева Н.А. Тренинг педагогического общения: Учеб. пособие для вузов/Н.А. Морева. Практикум. – М: Просвещение, 2003.
9. Митина Л.М. Психология труда и профессионального развития учителя. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
10. Мишаткина Т.В. Педагогическая этика: – Ростов н/Д: Феникс; Мн.: ТетраСистемс, 2004.
11. Никитина Н.Н. Введение в педагогическую деятельность: Теория и практика: Учеб пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М: Издательский центр «Академия», 2004.
12. Питюков В.Ю. Основы педагогической технологии: Учебно-методическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Гном и Д», 2001.
13. Посталюк Н.Ю. Творческий стиль деятельности: педагогический аспект. – Казань: Изд-во казан. ун-та, 1989.
14. Психология профессионального здоровья. Учебное пособие/Под ред. Проф. Г.С. Никифорова. – СПб: Речь, 2006.
15. Руднева Т.И. Педагогика профессионализма. Учебное пособие. – Самара: Издательство Самарский государственный университет, 2002.
16. Сергеев И.С. Основы педагогической деятельности: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2004.
17. Хрестоматия по педагогической аксиологии: Учеб. Пособие для студ. Высш. Учеб. Заведений /Сост. В.А. Сластенин, Г.И. Чижакова. – м.: Издательство московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2005.

## Практикум

### В помощь преподавателю при самоанализе для самосовершенствования

Успех в работе педагога во многом определяется его стремлением к самосовершенствованию, саморазвитию. Удастся ли вам успешно осуществить данный процесс? Предлагаемые ниже критерии, надеемся, помогут вам дать ответ на этот вопрос.

<b>Приостановленное саморазвитие</b>	<b>Активное саморазвитие</b>
Уклоняется от ответственности за обучение	Отвечает за обучение
Не умеет и не стремится познать себя	Стремится изучить себя
Не может выделить время для саморазвития	Оставляет время для саморазвития
Уклоняется от внедрения нового, от возможных препятствий	Приветствует новое, проявляет готовность к встрече с препятствиями
Не воспринимает обратную связь	Ищет обратную связь
Избегает самоанализа	Выделяет время для рефлексии
Подавляет свои чувства	Исследует свои чувства
В неведении о собственных возможностях	Верит в свой потенциал
Предпочитает маскировать свои подлинные отношения, «закрывает» для окружающих	Старается быть более открытым
Игнорирует профессиональное саморазвитие	Управляет профессиональным развитием
Ограничивает свои побуждения	Читает и широко дискутирует
Не занимается самопроверкой	Оценивает свой опыт

**Шкала самооценки личностных качеств преподавателя  
и его профессионально значимых интересов**

Проявляю интерес к работе со студентами	3 2 1 0 1 2 3	Интереса к работе со студентами нет
Увлекаюсь научной деятельностью	3 2 1 0 1 2 3	Не проявляю интереса к научной деятельности
Интересуюсь психологической литературой, новыми исследованиями в области педагогики	3 2 1 0 1 2 3	Исследования в области психолого-педагогических наук не вызывают интереса
Нравится работа с поиском новых методик, методов в работе со студентами	3 2 1 0 1 2 3	Поисковая работа не вызывает интереса, работает по распространенным методикам
Проявляю интерес и готовность к сотрудничеству с коллегами в целях профессионализации студентов	3 2 1 0 1 2 3	Не проявляю интереса к сотрудничеству с коллегами в целях профессионализации
Общительный	3 2 1 0 1 2 3	Замкнутый
Терпеливый	3 2 1 0 1 2 3	Нетерпеливый
Эмоционально отзывчивый	3 2 1 0 1 2 3	Неотзывчивый
Тактичный	3 2 1 0 1 2 3	Бестактный
Инициативный	3 2 1 0 1 2 3	Безынициативный
Мягкий	3 2 1 0 1 2 3	Жесткий
Оптимист	3 2 1 0 1 2 3	Пессимист
Социально ответственный	3 2 1 0 1 2 3	Безответственный
Уверенный в себе	3 2 1 0 1 2 3	Неуверенный в себе
Организованный	3 2 1 0 1 2 3	Неорганизованный, взбалмошный
Спокойный	3 2 1 0 1 2 3	Тревожный
Сдержанный	3 2 1 0 1 2 3	Импульсивный
Пластичный	3 2 1 0 1 2 3	Ригидный
Доброжелательный	3 2 1 0 1 2 3	Недоброжелательный

## Мотивация профессиональной деятельности

(методика К. Замфир в модификации А.А. Реана)

Прочитайте нижеперечисленные мотивы профессиональной деятельности и дайте оценку их значимости для вас по 5-балльной шкале

Мотивы профессиональной деятельности	1	2	3	4	5
1. Денежный заработок					
2. Продвижение по работе					
3. Стремление избежать критики со стороны руководителя и коллег					
4. Попытка избежать наказаний и неприятностей					
5. Потребность в достижении социального престижа и уважения со стороны других					
6. Удовлетворение от процесса и результата работы					
7. Возможность наиболее полной самореализации именно в данной деятельности					

Обработка результатов. Подсчитайте показатели внутренней мотивации (ВМ), внешней положительной (ВПМ) и внешней отрицательной мотивации (ВОМ) в соответствии со следующими ключами:

$$ВМ = \frac{\text{оценка п.6} + \text{оценка п.7}}{2}$$

$$ВПМ = \frac{\text{оценка п.1} + \text{оценка п.2} + \text{оценка п.5}}{3}$$

$$ВОМ = \frac{\text{оценка п.3} + \text{оценка п.4}}{2}$$

На основании полученных результатов определяется мотивационный комплекс личности, который представляет собой соотношение трех видов мотивации: ВМ, ВПМ, ВОМ.

К наилучшим, оптимальным мотивационным комплексам следует отнести следующие два типа сочетаний: ВМ > ВПМ > ВОМ и ВМ = ВПМ > ВОМ.

Наихудшим мотивационным комплексом является тип ВОМ > ВПМ > ВМ.

Чем оптимальнее мотивационный комплекс, чем больше активность преподавателя мотивирована самим содержанием педагогической деятельности, стремлением достичь в ней определенных позитивных результатов, тем ниже эмоциональная нестабильность.

## Схема анализа индивидуального стиля деятельности преподавателя (по Марковой А.К., Никоновой А.Я.)

### 1. Содержательные характеристики:

- ориентация на процесс или на результат работы;
- адекватность – неадекватность планирования учебно-воспитательного процесса;
- оперативность – консервативность в использовании средств и способов педагогической деятельности;
- рефлексивность – интуитивность деятельности с учетом ориентировочных, исполнительских и контрольных компонентов.

### 2. Динамические характеристики:

- гибкость (быстро реагирует на изменения ситуации, переключается с одного вида работы на другой) или традиционность (с трудом приспосабливается к возникшей ситуации, строго придерживается заранее разработанного плана действий);
- импровизация или осторожность (заранее продумывает свои действия, тщательно анализирует их результат);
- устойчивость по отношению к изменяющейся ситуации на занятии (ориентирован не на ситуацию, а на свои цели) или неустойчивость (поведение зависит от ситуации, складывающейся на занятии, настроения и подготовленности аудитории);
- стабильное положительное эмоциональное отношение к обучаемым (доброжелателен, терпим, отсутствуют резкие спады и подъемы настроения) или нестабильное (педагог легко выходит из равновесия, ситуативен в оценке деятельности и свойств личности студента);
- наличие личностной тревожности (эмоциональная напряженность, беспокойство, повышенная чувствительность к неудачам и ошибкам) или ее отсутствие;
- направленность рефлексии в неблагоприятной ситуации на себя, на других или на обстоятельства.

### 3. Результативные характеристики:

- однородность уровня знаний учащихся;
- стабильность у них навыков учения;
- уровень развития у студентов интереса к изучаемому предмету.

## ПОСЛЕСЛОВИЕ

Важное значение в построении позитивного имиджа преподавателя вуза имеет не только интеллектуальность, компетентность, академизм, но и образ жизни – то, как люди воспринимают вашу личность, отношения с окружающими и домочадцами, ваши моральные принципы и достоинство. Следует помнить, что

### ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ЛЮДИ:

- часто и искренне улыбаются;
- обладают хорошим чувством юмора, но не саркастичны;
- ведут себя естественно, без апломба и позерства;
- веселы, умеют посмеяться над собой;
- часто и охотно говорят комплименты;
- знакомы с этикетом и следуют ему;
- уверены в себе, без самолюбования и эгоцентризма;
- интеллигентны, тактичны, терпимы к мнению окружающих;
- быстро вызывают человека на разговор о нем самом;
- осознают свои ограниченные возможности и то, что у них нет ответов на все вопросы;
- дружелюбны, с ними легко и приятно в общении.

Сегодня исследователями определены особенности поведения типичного преподавателя-неудачника, основной смысл которых – пессимистическое отношение к жизни. Среди них:

- неприятие, недовольство собой, глубокая внутренняя дисгармония и неуверенность в себе;
- недоверие к окружающему миру, страх, постоянное ожидание неприятностей, повышенная тревожность;
- болезненное отношение к неудачам, неприятие критики, отсутствие чувства юмора;
- жизненная пассивность, тактика «избегания неудач», установка «не высываться», эмоциональная зависимость от окружающих;
- забитость чувств, неспособность воспринимать жизнь во всей ее полноте, неумение радоваться, получать удовольствие от бытия, от собственной работы;
- приземленность идеалов, отсутствие крупных жизненных планов;

– сосредоточенность на своих проблемах и переживаниях, неспособность возвыситься над обстоятельствами, восприятие себя как постоянно недооцененного, вечного неудачника.

## ГЛОССАРИЙ

**Авторитет** (лат. *auctoritas* – власть, влияние) – влияние какого-либо лица, группы или организации, основанное на знаниях, нравственных достоинствах, жизненном опыте. Выражается в способности носителей авторитета направлять, не прибегая к принуждению, мысли, чувства и поступки других людей, а также в признании последними за носителями авторитета права на руководство, в готовности следовать их указаниям и советам.

**Авторитарность** – социально-психологическая характеристика личности, отражающая ее стремление максимально подчинить своему влиянию партнеров по взаимодействию и общению, проявляющаяся во властности, склонности человека к использованию недемократических методов воздействия на окружающих в форме приказов, распоряжений, указаний и т.д.

**Агрессия** – (лат. *agressio* – нападение) – целенаправленное деструктивное поведение, противоречащее нормам и правилам поведения людей в обществе, причиняющее физический вред или вызывающее отрицательные переживания, состояние напряженности, страха, подавленности.

**Альтруизм** – нравственная норма и черта личности, проявляющаяся в бескорыстной заботе о благе окружающих; готовность жертвовать собственными интересами в пользу других людей. Идея бескорыстного служения может стать смыслом жизни, тогда благо другого – основная доминанта поведения. Термин ввел Огюст Конт, формулируя его как нравственный принцип «жить для других».

Альтруизм проявляется как принцип бескорыстия в отношении индивида к другим людям и его готовности сделать личный вклад в общее дело вне зависимости от того, выгодно оно или нет. Альтруистически действующий индивид в конечном счете заинтересован в высокой социальной пользе своего служения, поэтому не видит ущемления своих интересов, не рассматривает свою деятельность как жертву, поскольку его интересы подчинены идее служения другим.

**Аттракция** – (от англ. *attraction* – привлечение, притяжение) – визуально фиксированное эмоциональное отношение человека к кому-либо в виде проявления к нему симпатии или готовности к общению.

**Аффилиация** – потребность человека в общении, в эмоциональных контактах. Она проявляется в стремлении быть членом группы, взаимодействовать с окружающими, оказывать помощь членам сообщества и

принимать помощь других. Наличие этой потребности является одной из предпосылок определения профессиональной пригодности преподавателя.

**Выразительность речи** – свойство речи, благодаря которому, используя выразительные средства, можно разбудить логическую, эмоциональную, эстетическую область сознания.

**Доминантность** – свойство личности, отражающее стремление максимально подчинить своему влиянию партнеров по взаимодействию и общению; внешне проявляется во властности.

**Другодоминантность** – ценность, отражающая понимание направленности поведения личности во взаимодействии с человеком как значимым другим. В ней выражается ориентированность не только на сотрудничество с другим, но и на различные грани понимания и принятия его как суверенной личности.

**Имидж** (англ. image – образ) – 1) форма жизнепроявления человека, с помощью которой на люди выставляются сильнодействующие личностно-деловые характеристики; 2) стереотип образа в представлениях социального окружения.

**Интонация** (от лат. intonare – громко произношу) – система изменений высоты, громкости и тембра голоса, организованная при помощи темпа, ритма и пауз и выражающая коммуникативное намерение говорящего, его отношение к себе и адресату, содержанию речи и обстановке, в которой она произносится.

**Культура речи** – 1) такой выбор и организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач; 2) раздел языкознания, исследующий проблемы нормализации и оптимизации общения.

**Мажорность** – позитивная экспрессивность.

**Мимика** (от греч. mimikos – подражательный) – выразительные движения мышц лица, обнаруживающие психическое состояние человека, главным образом его чувства.

**Оптимизм** – свойство личности, отражающее пропорциональное развитие всех психических процессов, обеспечивающее человеку жизнерадостное мирозерцание, веру в людей, в их силы и возможности.

**Педагогическая имиджелогия** – наука, изучающая имидж педагога как продукт особой деятельности по его созданию или преобразованию, как результат приложения целенаправленных профессиональных усилий.

**Педагогическая культура** – мера и способ творческой самореализации в разнообразных видах деятельности, направленной на освоение, передачу и создание педагогических ценностей и технологий. Педагогическая культура включает в себя: гуманистическую направленность, психолого-педагогическую компетентность и развитое педагогическое мышление, умение работать с содержанием и технологиями образования, придавая им личную направленность; опыт творческой деятельности, умение обосновать собственную педагогическую деятельность как личностно-ориентированную систему; культуру профессионального поведения, способность к саморазвитию, умение регулировать собственную деятельность.

**Педагогический голос** – профессионально сформированный голос, в полной мере обеспечивающий звуковую сторону педагогического общения. Комплексная характеристика педагогического голоса включает такие параметры, как потенциально высокий уровень громкости, разнообразие тембров, благозвучность, полетность, помехоустойчивость, суггестивность, адаптивность, гибкость, устойчивость, выносливость.

**Профессиональное развитие педагога** – рост, становление, интеграция и реализация в педагогическом труде профессионально значимых личных качеств и способностей, профессиональных знаний и умений на основе качественного преобразования педагогом своего внутреннего мира, приводящего к принципиально новому способу жизни и деятельности.

**Речевой этикет** – система национально-специфических, стереотипных, устойчивых формул общения, принятых обществом для установления контакта собеседников.

**Самоактуализация** – стремление человека к возможно более выявлению и развитию своих возможностей, потребность в совершенствовании и максимальной реализации своего потенциала.

**Самооценка** – ценность, значимость которой индивид наделяет себя в целом и отдельные стороны своей личности, деятельности, поведения. Основу самооценки составляет система личностных смыслов индивида, принятая им система ценностей. Самооценка выполняет регуляторную и защитную функцию, влияя на поведение, деятельность и развитие личности, ее взаимоотношения с другими людьми. Самооценка характеризуется по

следующим параметрам: 1) уровню – высокая, средняя, низкая; 2) соотношение с реальной успешностью – адекватная и неадекватная (завышенная и заниженная); особенностями строения – конфликтная и бесконфликтная. Для развития личности эффективным является такой характер самоотношения, когда достаточно высокая общая самооценка сочетается с адекватными, дифференцированными парциальными самооценками разного уровня.

**Самопрезентация** – самовыражение, поведение, направленное на создание благоприятного впечатления или мнения, соответствующего чьим-то идеалам.

**Самоуверенность** – черта личности и одновременно особенность поведения, характеризующиеся приданию своему Я, своей личности чрезмерной значимости в системе межличностных отношений или в конкретной деятельности.

**Суггестивность голоса** (от лат. suggestio – внушение) – способность голоса воздействовать на эмоции и поведение слушателей независимо от смысла произносимых слов.

**Терпимость** – способность снижать уровень эмоционального реагирования на неблагоприятные факторы межличностного взаимодействия, терпеливо или снисходительно (в позитивном смысле слова) относиться к инакомыслию и инакодействию другого человека.

**Уверенность** – переживание человеком своих возможностей, как адекватных тем задачам, которые перед ним стоят в жизни, так и тем, которые он ставит перед собой.

**Уместность речи** – соответствие содержания речи, ее языковых средств целям и условиям общения.

**Харизма** – наделение личности свойствами, вызывающими ее уважение и безоговорочную веру в ее возможности.

**Харизматический имидж** – образ, притягивающий к себе людей благодаря огромной внутренней энергии и содержательной мощи. Харизматический имидж вызывает сильные иррациональные переживания людей: восторг, страстная приверженность, страх или прилив энергии.

**Фасцинация** (англ. fascination – очарование, обаяние) речевое, словесное воздействие, при котором достигается минимизация потерь информации, возбуждается и усиливается внимание и интерес

**Фрустрация** – психическое состояние нарастающего внутреннего напряжения, возникающее при наличии реальных или мнимых препятствий на пути достижения цели, удовлетворение потребностей, желаний.

**Эгоцентризм** – сосредоточенность на собственном «Я», связанная с высоким уровнем самооценки в сочетании с высоким уровнем притязаний; отсутствие внимания к другим людям и объективному миру. Корни эгоцентризма лежат в непонимании субъектом того, что возможно существование других, противоположных точек зрения, в наличии у него внутренней уверенности в том, что психологическая организация других людей тождественна его собственной. Преодоление эгоцентризма осуществляется на основе последовательного развития способности к децентрации (изменение позиции в результате столкновения, сопоставления и интеграции ее с позициями, отличными от собственной).

**Экспрессивность** – эмоциональная напряженность речи, ее эмоциональный подтекст, эмоциональная выразительность мимики, жестов, поз коммуникатора.

**Эмпатия** (греч. *empatis* – взволнованный, возбужденный) – понимание любого чувства- гнева, печали, радости, переживаемого другим человеком, и ответное выражение своего понимания этих чувств.

**Я-концепция** – система представлений человека о самом себе, на основе которой строится взаимодействие с другими людьми, отношение к себе. Я-концепция выступает как установка по отношению к самому себе и включающий компоненты: когнитивный – образ своих качеств, способностей, внешности, социальной значимости (самопознание); эмоциональный – себялюбие, самоуважение, самоуничтожение и т.д.; оценочно-волевой – стремление повысить самооценку, завоевать самоуважение.

**Ячество** – отрицательное свойство личности, проявляющееся в выделении на словах либо на деле своего Я и могущее принимать форму хвастовства, эгоизма, эгоцентризма.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Адамьянц Т. В поисках имиджа// Как стать звездой. – М.: Добрая книга, 1995.
2. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. – М.: Изд-во «ЭНН». Центр правовой защиты, 1996.
3. Бадмаев Б.Ц., Малышев А.А. Психология обучения речевому мастерству. – М.: Изд-во ВЛАДОС – ПРЕСС, 2002.
4. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – Спб.: Питер, 1997.
5. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2002.
6. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Риторика и культура речи. Серия «Высшее образование». – Ростов н/Д: Изд-во «Феникс», 2003.
7. Венедиктова В. Деловая репутация. // Личность, культура, этика, имидж делового человека. – М.: Институт новой экономики, 1996.
8. Зеер Э.Ф. Психология профессионального образования. – М.: Изд-во Московского психолого – социального института, 2003.
9. Зеер Э.Ф., Павлова А.М., Сыманюк Э. Э. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход: Учебное пособие. – М: Московский психолого-социальный институт, 2005.
- 10.Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005.
- 11.Калюжный А.А Психология формирования имиджа учителя. – М.: ВЛАДОС, 2004.
- 12.Крылова Н.Б. Культурология образования.- М.: Народное образование, 2000.
- 13.Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие для бизнесменов. –М.: Ось, 1996.
- 14.Кузнецов И.Н. Практикум по риторике: учебно-справочное пособие, – Мн: «Современное слово», 2004.
- 15.Марченко Г.И., Носков И.А. Имидж в политике. – М.: Владос, 1997.
- 16.Маркова А.К. Психология профессионализма. – М.: Просвещение, 1996.
- 17.Маценко В.Ф. Имидж: психология создания. – Киев: Эльга Нико Центр, 2002.

18. Митина Л.М. Психология труда и профессионального развития учителя. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
19. Морева Н.А. Тренинг педагогического общения: Учебное пособие для вузов/ Н.А. Морева. Практикум. – М: Просвещение, 2003.
20. Мурашов А.А. Культура речи учителя. – М: Московский психологосоциальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2002.
21. Мурашов А.А. Педагогическая риторика. – М.: педагогическое общество России, 2001.
22. Никитина Н.Н. Введение в педагогическую деятельность: Теория и практика: Учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений. – М: Издательский центр «Академия», 2004.
23. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? – М: ВЛАДОС., 2001.
24. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2001
25. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. – Изд. 2-е испр. И доп./Под ред. Ладыженской А.К. Михальской Т.А; сост. А.А. Князьков. – М.: Флинта, Наука, 1998.
26. Пелих А., Кизилова Т., Пронченко А. Имидж делового человека. – М: Академия, 1997.
27. Перельгина Е.Б. Психология имиджа. Учебное пособие. – М: Аспект Пресс, 2002.
28. Пиз А. Язык телодвижений: как читать мысли других по их жестам. – Новгород: Ай Кью, 1992.
29. Питюков В.Ю. Основы педагогической технологии: Учебно-методическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Гном и Д», 2001.
30. Почепцов Г. Г. Имиджелогия М.: «Рефл –бук», К.: «Ваклер» – 2002.
31. Психология делового преуспевания. М.: Изд-во ВЛАДОС, 2001.
32. Руднева Т.И. педагогика профессионализма. Учебное пособие. – Самара: Издательство Самарский государственный университет, 2002.
33. Сергеев И.С. Основы педагогической деятельности: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2004
34. Словарь иностранных слов в русском языке. – М.: ЛОКИД – прес, 2005.
35. Степанов С. Язык внешности. – М.: Изд-во ЭКСМО – Пресс, 2001.

36. Таранов П.С. Карманная риторика. М.: Изд-во ЭКСМО, 2004.
37. Шепель В. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – М.: Народное образование, 2002.
38. Фо С. Открывая свой гардероб: как одеваться со вкусом и всегда чувствовать себя женщиной. – М.: Кристина и К, 2001.
39. Энциклопедия этикета/сост. О.И. Максименко – М.: «Издательство Астрель», 2000.

Учебное издание

Елена Юрьевна Сысоева

# **ЛИЧНЫЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА**

*Учебное пособие*

*для слушателей дополнительной образовательной  
программы «Преподаватель высшей школы»*

Печатается в авторской редакции  
Компьютерная верстка, макет В.И. Никонов

Подписано в печать 12.01.07

Гарнитура Times New Roman. Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать оперативная.

Усл.-печ. л. 6,75. Уч.-изд. л. 4,5. Тираж 200 экз. Заказ № 617

Издательство «Универс групп», 443011, Самара, ул. Академика Павлова, 1

Отпечатано ООО «Универс групп»