

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ИМИДЖЕВЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ ЛИЧНОСТИ В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

О. А. Болбас

Рассматривается значение формирования положительного имиджа личности в педагогическом дискурсе на современном этапе развития общества, представлены основные гендерные различия в коммуникативном имидже в рамках институционального общения. В соответствии с гендерными признаками речи выделяются три стиля общения: маскулинный, феминный и эгалитарный. Выявлены и обоснованы причины использования эгалитарного стиля общения, который улучшает эффективность образовательного процесса в педагогическом дискурсе.

The article touches upon the importance of creating the positive personal image in the pedagogical discourse at the present stage of social development. In the context of the growing interest in gender issues, the article considers main gender differences in the institutional communication. According to gender speech differences there are three communication styles: masculine, feminine and egalitarian. The article reveals and gives reasons for using the egalitarian communication style that improves the process of education in the pedagogical discourse

Ключевые слова: педагогический дискурс; имидж личности; гендер; гендерные различия; стиль общения; институциональное общение; коммуникативный имидж.

Key words: pedagogical discourse; personal image; gender; gender differences; communication style; institutional communication; communicative image.

Современное общество претерпевает значительные изменения, а глобализация и информатизация выступают базовыми процессами, определяющими его развитие. Процесс формирования и развития электронных коммуникаций затронул и продолжает затрагивать все сферы социальной действительности: политическую, экономическую и культурную. Одним из главных источников влияния на сознание людей стали средства массовой информации, воздействующие на социальные процессы, формирующие определенную систему ценностей и помогающие человеку в них сориентироваться, а значит, позволяющие взаимодействовать с другими людьми как в синхронном, так и в диахронном плане. Пред-

ставление о человеке в информационном обществе также колоссально трансформировалось. Человек в современном обществе в первую очередь представляет ценность как личность, способная к самовыражению, имеющая успех во всех сферах своей жизни. Процесс информатизации, использование технических средств как неотъемлемая часть жизни оказали значительное влияние на индивидуальное самовыражение человека. В коммуникационной среде живое общение между людьми сменяется символическим. Символическим оказываются и роли, которые человек исполняет ежедневно, так как «мы живем в обществе, провозгласившем информацию главной ценностью, товаром, стимулятором творческой активности. Оно буквально атаковано знаками. И это необходимый атрибут сегодняшних отношений» [1, с. 4].

Продуктом обработки больших массивов информации, выражением новых требований общественного сознания становится имидж. Имидж как специфический феномен был взят на вооружение многими гуманитарными науками, а сейчас имидж как категория включен в дискурс многих современных научных дисциплин, поскольку его становление происходило в категориальном аппарате многих наук, а обобщение знаний об имидже происходило в соответствии с целями и задачами каждой науки. Индивидуальный имидж как один из элементов структуры имиджа в целом – это образ личности, в котором наиболее ощутимо проявляются те качества, благодаря которым достигается эффект персональной привлекательности [2, с. 507]. Имидж для человека – это этическая содержательность личности, которая *внешне представлена соответствующими средствами.*

Построение идеального образа развития – собственного непротиворечивого имиджа как никогда актуально. Человек, взаимодействуя с людьми, выстраивает определенную модель поведения, создает себе определенный имидж. Процесс формирования имиджа – это «процесс “тотальной” коммуникации, коммуникации, которая осуществляется во всех сферах деятельности, а не только во внешнем оформлении, зависит и учитывает непосредственные и опосредованные, реальные и предполагаемые, настоящие, прошлые и будущие факторы, способные оказать влияние на успех личности» [3, с. 27].

В условиях современного общества такой способ моделирования своего имиджа является необходимостью, поскольку основная часть взаимодействия с людьми, особенно в публичном взаимодействии, строится на видимости, а не на сущности. За время развития человечества изменялись ценности, принципы, нормы и ориентиры людей. Эти изменения влияли на все сферы человеческой жизни, а главным образом на самовосприятие человека, формирование личностных

ценностей, принципов и устоев общества. Например, если ранее человек был ориентирован на традицию, он должен был поступать так, как это предписывается социумом. Далее ориентиры сменились на внутренние, и его поведение определялось заложенными в него внутренними принципами и нормами. Сейчас ориентиры сменились на внешние: человек все свои нормы получает извне, он не только полностью ориентирован на внешнее признание, но и в принципе не уверен в себе и не может существовать без этой четкой внешне проявленной поддержки.

Имидж, являясь феноменом индивидуального, группового или массового сознания, функционирует как образ-представление, в котором в сложном взаимодействии соединяются внешние и внутренние характеристики объекта. Внешнюю структуру имиджа составляют габитарный, кинетический, овеществленный и средовой имидж, внутренняя структура — это коммуникативный и ментальный имидж.

В последнее время особое внимание уделяется гендерным вопросам, поэтому актуально рассматривать гендерные аспекты формирования имиджа. Феномен гендера рассматривается с различных сторон как социальное явление, в котором пол — это фактор, влияющий на процесс формирования личности. О. А. Воронина рассматривает гендер как новый этап в развитии общественных отношений, при котором не природные различия между мужчинами и женщинами, а условия социальной среды управляют возможностями самореализации. А. А. Костикова считает, что гендер открывает пути преодоления дихотомии маскулинного и феминного, акцентируя право личности на существование своей субъективности. И. А. Стернин демонстрирует связь гендера с языковым сознанием, которое отражает принятые в обществе культурные нормы и выражается в стиле коммуникативного поведения. Жизнь общества пронизана дихотомией «мужское — женское». Именно, формы обращения, голоса, прически, самопрезентация указывают на гендерную идентичность. При рассмотрении имиджевых составляющих личности в педагогическом дискурсе как социальной, динамической и открытой системе, характеризующейся не только наличием связей и отношений между образующими ее элементами, но и неразрывным единством с окружающей средой, с социумом, необходимо учитывать гендерные особенности. Примечательным является тот факт, что педагогический дискурс является в силу своих характеристик (четкие социально-институциональные границы, единая коммуникативная и педагогическая цель, обозначение участников педагогического взаимодействия) образцовым, а также требует формирования положительного гендерно ориентированного имиджа, составляющими которого являются визуальный облик, высокая культура общения — лингвисти-

ческая, нравственная, психологическая и педагогическая. Благодаря таким свойствам создается психологически комфортная обстановка для совместной деятельности в педагогическом процессе. Имидж педагога гендерно индивидуален и в предметной деятельности, и при взаимодействии с людьми, однако он непосредственно связан со стереотипизацией: «...имидж педагога — это эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа учителя в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. При формировании имиджа реальные качества тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими» [2, с. 25–31].

В отношении внешних составляющих имиджа педагога мужские и женские особенности имеют некоторое сходство. Основными характеристиками габитарного имиджа являются деловой стиль, преобладание сдержанной цветовой гаммы. Кинетические составляющие тесно переплетаются с биологической характеристикой поведения. Преподавателям мужского пола свойственна сдержанность, а женского — эмоциональность, более экспрессивная жестикуляция. Создание положительного имиджа особенно важно в профессиональном дискурсе. Имидж преподавателя является одним из ключевых моментов в формировании отношения к предмету. Если преподаватель не заботится о своем внешнем имидже, то вряд ли он может рассчитывать на уважительное отношение к предмету и положительно сформированное мнение о преподавателе, поскольку в образовательном процессе учащиеся особенно чувствительно относятся к визуальному образу. Внешний облик помогает создать положительное отношение, располагать к себе не только учащихся, но и коллег. Он служит средством формирования аттракции, привлечения внимания и симпатии к человеку, а также желания с ним общаться. Так, например, чтобы избежать недоверчивого отношения коллег к своим профессиональным качествам, учителю-женщине не следует появляться на работе в ультрамодной одежде [4, с. 117–120]. Более того, самое главное, чтобы внешний вид педагога настраивал на работу и общение, а не отвлекал от деятельности. Формирование имиджа педагога — это длительный и сложный процесс, в котором следует детально рассматривать каждую составляющую имиджа личности.

При рассмотрении имиджа в педагогическом дискурсе в данной статье будет подробно рассмотрен коммуникативный имидж.

В обществе выработаны определенные требования к личности преподавателя, в том числе и к языковым характеристикам. Считается, что преподаватель является образцом элитарной речевой культуры. Речь должна отличаться нормативностью, ясностью, точностью. Говоря о мужских и женских характеристиках, из общих признаков можно выделить следующие:

умение представить коммуникативно значимую информацию, способность излагать ее в достаточном объеме, убежденность, уверенность и категоричность. При анализе гендерных особенностей коммуникативного поведения стоит обратиться к гендерной лингвистике, в которой используются такие термины, как «женский язык» и «мужской язык». Данные термины определены устойчивыми представлениями о некоторых особенностях вербального и невербального поведения мужчин и женщин. Выявленные особенности как постоянные характеристики поведения также можно отнести к анализу коммуникативного имиджа в педагогическом дискурсе. Среди общих характеристик выделяются следующие:

1) речевое общение женщин в целом более эмоционально, в нем присутствует большое количество косвенных вопросов, реплик-реакций [5, с. 407; 6, с. 64; 7, с. 101];

2) женщины в общении в целом склонны к кооперации, к диалогу, более вежливы в обращении, легче переключаются на другие темы в процессе разговора [8, с. 115];

3) мужская речь в основном сдержанна в эмоциональном отношении [7, с. 101], монологична, ей не свойственно большое количество вопросов, она сосредоточена на определенной теме;

4) речевое поведение мужчин характеризуется трудностью в переключении на другие роли в процессе общения, они проявляют меньшую психологическую гибкость и подвижность [8, с. 6, 115].

Выше упоминалось, что педагогический дискурс отличается нормативностью. Профессия накладывает отпечаток на речевое поведение, поэтому в нем наблюдается меньше различий, чем, например, при сравнении мужского и женского поведения в неофициальной обстановке. Однако, несмотря на институциональный формат, наблюдаются определенные различия в реализации идентичных задач, которые ставят перед собой преподаватели. Но различия эти касаются в большей степени стиля – мужского и женского, а не пола преподавателя.

В соответствии с гендерными признаками речи, выявленными в результате лингвистических исследований (Е. А. Земская, М. А. Китайгородская, Е. И. Горошко, А. В. Кирилина, В. А. Фрол и др.), выделяют три стиля общения – *маскулинный*, *феминный* и *смешанный* (эгалитарный). К маскулинному стилю можно отнести такие речевые категории, как «стремление направлять ход беседы», «побуждения в форме императива», «дисциплинарные замечания», «категоричность высказываний». Феминные категории включают в себя «реплики-реакции», «эмоциональность», «этикетные формы», «импровизацию», «гибкость в общении». К смешанному стилю относятся такие категории, как «диалогичность речи», «наводящие вопросы», «похвала», «гендерная нейтральность».

В настоящее время в педагогическом дискурсе преобладает эгалитарный стиль общения, поскольку именно такой стиль образовательного процесса в диалоге «учитель – ученик» позволяет достичь комфортной атмосферы на занятиях и реализовать поставленные задачи. Использование исключительно маскулинного стиля общения препятствует созданию диалога, способствует формированию авторитарного стиля на занятиях. Сочетание же маскулинного и феминного стиля позволяет включить элементы многосторонней коммуникации, что предполагает «...активность каждого субъекта образовательного процесса, а не только преподавателя, паритетность, отсутствие репрессивных мер управления и контроля с его стороны. Возрастает количество интенсивных коммуникативных контактов между самими студентами» [11, с. 193]. Сегодня многосторонняя коммуникация является главной целью в образовательном процессе, поскольку именно в таком контексте создаются условия для самостоятельного конструирования знаний учащимися.

В заключение хотелось бы отметить, что в настоящее время правильно созданный имидж личности в педагогическом дискурсе является одним из ключевых элементов для улучшения эффективности педагогического процесса и повышения статуса педагога.

Библиографические ссылки

1. Горчакова В. Г. Имидж: розыгрыш или код доступа. М. : Эксмо, 2004.
2. Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя. М. : ВЛАДОС, 2004.
3. Квеско Р. Б., Квеско С. Б. Имиджелогия : учеб. пособие. Томск : Изд-во Том. политехн. ун-та, 2008.
4. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии : в 2 т. М. : Педагогика. 1989. Т. 1.
5. Markovic L. Beyond Binary Oppositions: De-gendering and Redefining Gender // FactaUniversitatis. Series: Linguistics and Literature. 2003. Vol. 2, № 10.
6. Земская Е. А., Китайгородская М. А., Розанова Н. Н. Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект / Т. Г. Винокур [и др.] ; отв. ред. : Е. А. Земская, Д. Н. Шмелев. М. : Наука, 1993.
7. Фрол В. А. Гендерный аспект проявления эмоциональности в коммуникативном поведении личности // Гендер и проблемы коммуникативного поведения : сб. материалов II Междунар. науч. конф., Полоцк, 20–21 сент. 2005 г. / Полоц. гос. ун-т ; редкол. : А. А. Гугнин [и др.]. Полоцк, 2005.
8. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М. : Ин-т социологии РАН, 1999.
9. Шепель В. М. Как нравиться людям : учеб. пособие. М. : Нар. образование, 2002.
10. Млечко Е. Н. Гендерные особенности педагогического дискурса вуза // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. 2010. № 5. С. 111–118.
11. Университет как центр культуропорождающего образования. Изменение форм коммуникации в учебном процессе / под ред. М. А. Гусаковского. Минск : БГУ, 2004.