

## АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧЕВОГО ИМИДЖА ЛИДЕРА СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

© 2010 А.Н.Шабалина

Самарский государственный университет путей сообщения

Статья поступила в редакцию 18.12.2009

Автор статьи поднимает вопрос о формировании речевого имиджа лидера студенческого самоуправления (далее ССУ) высшего учебного заведения. В статье рассмотрены закономерности организации и функционирования ССУ, определены особенности становления личности лидера ССУ, описаны возможности формирования эффективного речевого взаимодействия членов студенческого самоуправления.

Ключевые слова: студенческое самоуправление, лидер группы, речевой имидж, коммуникативные умения, эффективное общение.

В настоящее время большинство развитых стран считают науку и образование важнейшими приоритетами национальной стратегии выживания и развития. Это связано с тем, что управление производством и передача знаний являются стержневыми элементами экономического прогресса. В последние годы мировым сообществом осознаются ограниченность и опасность дальнейшего развития человечества только посредством экономического роста и увеличением технического могущества. Реально оценивая роль культуры и образования в решении глобальных проблем мирового сообщества, большинство развитых стран провели различные по глубине и масштабам реформы национальных систем образования.

Современная трактовка понятия «образование» в нашей стране связана прежде всего с личностью молодого человека, её развитием, становлением, профессиональным самоопределением. Последние документы федерального и регионального уровней по молодёжной политике свидетельствуют о заинтересованной позиции государства в решении молодёжных проблем, обозначении приоритета государственной молодёжной политики. Главное внимание в осуществляемом правительством реформировании уделяется перестройке системы управления высшим образованием, а именно *развитию форм студенческого самоуправления*, прямому участию вузов в выработке и реализации государственной образовательной политики.

Одним из принципов политики властей в молодёжной сфере выступает *принцип участия*, означающий, что «... молодёжь является не

только объектом воспитания и образования, но и сознательным участником социальных преобразований»<sup>1</sup>. С целью привлечения молодёжи к активному участию в социальных реформах, проходящих в стране, в федеральной целевой программе «Молодёжь России (2001 – 2005 годы)»<sup>2</sup>, предусмотрено решение социально – экономических проблем студенческой молодёжи, оказание содействия в трудоустройстве, развитие художественного творчества, массового молодёжного спорта, *поддержка студенческих общественных организаций*.

В настоящее время российское общество переживает сложный период перехода от советского и постсоветского к гражданскому обществу, и успешность этого перехода в немалой степени зависит от социальной активности молодого поколения. Под влиянием таких факторов развития современного общества, как урбанизация, акселерация, информатизация, сдвинулись возрастные границы социальной активности населения в сторону омоложения. Отражением сложившихся реалий стало омоложение возраста наступления гражданской зрелости и, следовательно, юридической ответственности за соблюдение молодыми людьми социальных и правовых норм. Современная молодёжь поставлена перед необходимостью раннего выбора жизненного пути, многие уже со студенческой скамьи вынуждены искать подработку, стремиться попасть в поле зрения управленцев, властных структур, чтобы по окончании учебного заведения гарантировать себе интересную, престижную и перспективную работу. Сегодняшние студенты хорошо понимают, что обеспечить себе достойное существование можно,

<sup>0</sup> Шабалина Александра Николаевна, заместитель директора Транспортного общепрофессионального института, аспирант кафедры инженерной педагогики и культуры делового общения.  
E-mail: sachenko\_an@mail.ru

<sup>1</sup> Концепция государственной молодёжной политики. – М.: 2001. – С.31.

<sup>2</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2000г., № 1275.

только избавившись от социальной инфантильности и иллюзий относительно быстрого обогащения в условиях рыночных отношений, рассчитывая только на себя, на собственные интеллектуальные, духовные и физические возможности.

Благодаря инициативе и поддержке государства, в настоящее время во многих учебных заведениях Российской Федерации возрастает социальная активность студенческой молодёжи: созданы и активно действуют органы студенческого самоуправления. Актив ССУ представляет интересы студенчества в администрации университета на межвузовском, региональном, федеральном уровнях, осуществляет обучение будущего студенческого актива организаторским и коммуникативным навыкам. В силу того, что членами различных студенческих организаций, как правило, становятся наиболее активные, целеустремлённые, общительные, неравнодушные студенты, ССУ можно характеризовать как школу по формированию, воспитанию и организации лидеров студенческой молодёжи.

Особенности формирования и функционирования ССУ, образовательная среда университета, оказывают мощное воспитательное и социализирующее воздействие на личность студента. Уважение, признание успехов в учёбе и общественной деятельности товарищами по ССУ, преподавателями вуза, служат хорошим стимулом для развития индивидуальных особенностей личности, раскрывают творческий потенциал, способствуют формированию лидерских качеств. «Человек должен быть тем, чем он может быть. Люди должны сохранять верность своей природе. Эту потребность мы можем назвать самоактуализацией. Эта склонность может быть определена как желание в большей степени проявить присущие человеку отличительные черты, чтобы достичь всего, на что он способен»<sup>3</sup>.

Как было отмечено, ССУ является социальной группой студентов, объединённых общими задачами и совместной деятельностью по их достижению. Как любой социальной группе, ССУ присущи следующие общие закономерности: 1) группа неизбежно будет структурироваться; 2) группа развивается (прогресс либо регресс, но динамические процессы в группе происходят); 3) флуктуация, изменение места человека в группе может происходить неоднократно.

В студенческом самоуправлении также происходят динамические процессы структурирования, формирования и изменения межличностных (эмоциональных и деловых) взаимоотношений, распределения групповых ролей и

выдвижения наиболее активных членов группы – лидеров. Большинство исследователей в области лидерологии придерживаются того мнения, что в разных ситуациях группа выдвигает разных людей в качестве лидера. Если индивидуальные особенности этого человека, проявленные им в совместной деятельности и общении с остальными членами группы соответствуют требованиям сложившейся ситуации, то в этой ситуации он становится лидером. При изменении групповой задачи и требований ситуации, лидером может стать кто-то другой. Истина, как нам кажется, находится между этими двумя позициями и предполагает их интеграцию. Чаще всего лидером становится тот, у кого есть какие-либо особенности, ценимые членами группы, и одновременно тот, кто располагает чертами, нужными группе именно в данный момент времени. При этом важное значение имеет склонность к доминированию, а именно – умение проявлять инициативу в межличностных отношениях, направлять внимание других, предлагать им решения, способность «разговаривать на языке» своих сторонников.

Общее лидерство в группе складывается из следующих компонентов: эмоционального, делового и информационного. «Эмоциональный» лидер (сердце группы) – это человек, к которому каждый в группе может обратиться за сочувствием, «поплакаться в жилетку». С «деловым» лидером (руками группы) хорошо работает, он может организовывать дело, наладить нужные деловые взаимосвязи, обеспечить успех дела. К «информационному» лидеру (мозг группы) все обращаются с вопросами, потому, что он эрудит, всё знает, может объяснить и помочь найти нужную информацию. Бесспорно одно – способность к лидерству рассматривается исследователями как свойство одарённой личности, которое обеспечивает индивиду центральное положение в любой группе, в любой ситуации.

Лидер ССУ, как правило, находится в самой гуще студенческой жизни – к нему можно обратиться напрямую, услышать его речь, обратить внимание на его манеру говорить, двигаться и т.д. Таким образом, члены организации находятся в контакте с лидером, под его непосредственным влиянием. Как известно, при общении любой человек, а обладающий лидерскими чертами в особенности, активно позиционирует себя, т.е. старается «понравиться», «произвести хорошее впечатление», тем самым интуитивно формируя свой положительный образ – имидж»<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Маслоу А. Мотивация и личность 3-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: 2008. – С. 69.

<sup>4</sup> Шепель В.М. Имиджеология. Как нравиться людям. – М.: 2002.

Необходимо уточнить смысловое значение понятия «имидж». Наиболее простое толкование слова «имидж» это слово «облик». Чаще всего под словом «имидж» понимают соответствие стиля поведения и манеры общения человека в определённой ситуации. Большинство российских исследователей (А.С.Ковальчук, В.М.Шепель), при изучении понятия имидж, включают в него словосочетания «целостное представление об образе, которое остаётся в сознании людей, в их памяти»<sup>5</sup>. Таким образом, его можно понять как конгруэнтность или гармонию внешних элементов имиджа и существующей ситуации. Имидж подразумевает обязательное наличие других людей, воспринимающих публичное «Я» любого человека<sup>6</sup>. В отличие от других сторон нашего «Я», это как бы «Я» внешнее: оно определяет, какое впечатление человек производит на окружающих. Чем больше прилагается усилий в проявлении способности нравиться людям, тем ярче высвечиваются интеллект, утонченные, художественные и информационные характеристики личности. Тем более, когда этому способствует природная склонность к общению и лидерству. Совершенно очевидно, что сегодняшний лидер должен обладать определёнными коммуникативными и речевыми навыками, для того, чтобы «иметь возможность сформировать положительный имидж»<sup>7</sup>.

В работах зарубежных и отечественных исследователей, изучавших *речевые характеристики*, была обнаружена их положительная связь с лидерством. Впервые очередь это относилось: 1) к беглости речи; 2) лингвистическим способностям; 3) «болтливости»; 4) способности быть интересным собеседником; 5) яркости и оригинальности речевой экспрессии; 6) обладания приятным голосом. И в целом вербальные способности коррелировали со способностью влиять на других людей<sup>8</sup>. Результаты, полученные исследователями в области лидерологии, закономерны: с древних времён лидеру приписывалось умение говорить и, что более важно, умение убеждать людей, с чем, несомненно связаны вербальные характеристики.

*Речевой имидж* лидера служит основой и главным составляющим общего имиджа. Исследователи утверждают, что 92% производимого впечатления зависит от того, как человек выглядит и «звучит». В этом случае язык, как

система знаков, «служащая средством человеческого общения, мыслительной деятельности и способом выражения самосознания личности»<sup>9</sup>, является главным средством взаимодействия. Безусловно, правильно выбранные механизмы взаимодействия и воздействия в процессе вербального общения, играют решающую роль в создании положительного речевого имиджа лидера ССУ. Сегодня для успешного общения жизненно необходимо овладеть основами культуры речи. Умение говорить предполагает умение точно сформулировать свои мысли, излагать их доступным языком. Важным этапом в формировании речевого имиджа, развитии ораторского искусства является «соответствующий отбор того материала, который содействует восхождению личности по ступеням вербального развития»<sup>10</sup>.

Наряду с нормативными аспектами культуры речи: орфоэпическими, словообразовательными, лексическими, морфологическими, синтаксическими, интонационными, важно *соблюдение коммуникативных качеств речи*. Прежде всего выделим особо значимые коммуникативные качества для формирования положительного речевого имиджа: лидера: 1) *точность речи*, которая зависит от эрудиции говорящего, от знания им предмета речи, умения подбирать нужные слова; 2) *понятность, ясность речи*, которая определяется умением отбора речевых средств, заменяющих или ограничивающих использование слов, находящихся на периферии словарного состава языка и не обладающих качеством коммуникативной общезначимости; 3) *чистота речи*, которая определяется отсутствием в ней многократного повторения одних – и тех же слов, употребления лишних слов, слов-паразитов; 4) *богатство и разнообразие речи*, которое определяется словарным запасом говорящего, смысловой (семантической) насыщенностью выбранного слова, разнообразным выбором синонимов, употреблением слов, обладающих экспрессией (передающими положительное или отрицательное отношение говорящего к предмету разговора), включением в свое выступление образной фразеологии, пословиц, поговорок, эмоционально окрашенных слов.

Общение в группе является сложным социально-психологическим процессом взаимопонимания между людьми. В силу этого, в зависимости от целей, лидерам ССУ при выборе видов и средств общения в студенческой среде, необходимо учитывать специфику молодёжной аудитории: открытость и резкость суждений, безкомпромиссность, непризнание авторитетов.

<sup>5</sup> Ковальчук А.С. Основы имеджелогии и делового общения: Учеб.пособ. для студ. вузов. Изд. 5-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: 2007. – С.112.

<sup>6</sup> Там же. – С.116.

<sup>7</sup> Бороздина Г.В. Психология делового общения. Учеб. пособ. – 2-е изд. – М.: 2001. – С. 240.

<sup>8</sup> Stogdill R.M. Personal fastops associated with leadership: survey of the literature // Journal of psychology. 1948. Vol. 25. – P. 35 – 71.

<sup>9</sup> Краткий психологический словарь. – М.: 1985. – С.420.

<sup>10</sup> Ковальчук А.С. Основы имеджелогии... – С.115.

Поэтому, чтобы молодёжная аудитория воспринимала сказанное, необходимо установить со слушателями *личный контакт*. Несомненно, лидер группы, в манере обращения со сверстниками которого присутствуют доброжелательность, уважительное, внимательное отношение к сверстникам, вызывает, как правило, ответные чувства у группы. Не остаются равнодушными студенты и к *доверительному тону* разговора, *непринуждённой манере* общения, которая способствует совместному разговору и размышлению. Безусловно, особое внимание обращает на себя *манера общения* говорящего, которая проявляется в позе, жестикуляции, выражении лица, звучании голоса – визуальных составляющих речевого имиджа выступающего. *Убедённость, эмоциональность* и *выразительность* относятся к тем качествам речи, которые позволяют не только удерживать внимание слушателей, но и заражать своим отношением к предмету разговора: многие ситуации в работе активиста ССУ предполагают не столько умение «говорить правильно», сколько «говорить убедительно». Лидер, который в процессе речевого общения с группой осуществляет сознательный отбор и употребление языковых средств, формирует умение использования их в речевой практике лидерства в соответствии с поставленными коммуника-

тивными задачами, совершенствует общую культуру речи. Таким образом, сознательный отбор и использование языковых средств для лидеров ССУ является способом формирования положительного речевого имиджа, способствует достижению целей общения, служит характеристикой профессиональной пригодности.

К сожалению, в течение долгих десятилетий необходимые качества культурной речи в нашем обществе формировались в основном за счёт индивидуальных усилий и самообразования. В результате произошло настолько значительное снижение уровня речевой культуры разных слоёв русского общества, что возникла необходимость возрождения непрерывной языковой подготовки на всех ступенях образования, в том числе и высшего. В связи с изменившимися требованиями на современном рынке труда, профессиональная карьера молодого человека сегодня напрямую связана с умением эффективно общаться, знаниями приёмов речевого воздействия, убеждения, самопрезентации. Благодаря тому, что хорошо поставленная и грамотно составленная речь является эффективным инструментом, а сила слова помогает достичь профессиональных успехов, завоевать любовь и уважение окружающих, интерес к родному языку становится осознанной необходимостью у сотен тысяч молодых людей.

## ASPECTS OF THE IMAGE FORMATION OF A STUDENT GOVERNMENT LEADER

©2010 A.N.Shabalina<sup>o</sup>

Samara State Transport University

The author of the article raises the questions of the verbal image formation of a student government leader at a higher institution. The article reveals the patterns of the student government organization and its functioning, as well as leader's personality characteristics, possibilities of the effective verbal interaction of student government members.

Key words: student government, group leader, verbal image, communicative skills, effective communication.

---

<sup>o</sup> Shabalina Aleksandra Nikolaevna, Deputy Director of the Transport General Engineering faculty institute, Postgraduate of the Engineering education and culture of business communication department.  
E-mail: [sachenko\\_an@mail.ru](mailto:sachenko_an@mail.ru)