

В.М. СОКОЛИНСКИЙ

доктор экономических наук, профессор,
Институт экономики и социальных отношений
г. Москва
sovm@yandex.ru

Т.В. СОКОЛИНСКАЯ

доцент Государственного университета
– Высшей школы экономики
г. Москва

ИМИДЖ СТУДЕНТА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВУЗА: КАК ЕГО УДАЧНО СФОРМИРОВАТЬ?

Аннотация: Имидж (образ) студента в восприятии окружающих его лиц рассматривается через призму двух составляющих: внутренние, содержательные и внешние, «демонстрационные» элементы образа. Статья написана в форме рекомендаций для студентов-экономистов.

Ключевые слова: имидж, пассивная и активная стратегия жизни, психологическое взаимодействие с преподавателем, психология вопросов, внешний облик, пространственное расположение, роль мимики и цветового компонента..

The summary: Image of the student in perception of persons environmental it is considered through a prism of two components: internal, substantial and external, "demonstration" elements of an image. Article is written in the form of recommendations for students - economists. The period of study in high school is desirable for using not only for preparation of for a role of the professional in the certain sphere of economy, but also as chance for purchase of psychological knowledge so necessary for career (skills of dialogue, interactions, adaptations).

Keywords: image, passive and active strategy of life, psychological interaction with the teacher, psychology of questions, external shape, a spatial arrangement, a role of a mimicry and a color component.

1. Психологические компоненты учебы в экономическом вузе

Проблемы вузовского обучения рассматриваются в большинстве случаев с помощью традиционного методического инструментария (виды и формы занятий, тенденции их развития, тактические приемы преподавателя). Психологические составляющие поведения студентов чаще изучаются в изданиях, посвященных проблемам психологии личности. В предлагаемой публикации предлагается анализ тех линий психологического поведения, которые формируют образ студента. При этом форма подачи отражает совокупность советов и рекомендаций, на основе которых студент-экономист мог бы самостоятельно привнести позитивные элементы в свой имидж.

Обращаясь к психологическим составляющим учебы в экономическом вузе, отметим, что важное место в этом ореоле занимает такое явление, как имидж студента. Это понятие представляет собою создаваемый в восприятии окружающих образ обучающейся личности. Вполне естественно, что большинству людей (особенно потенциальным лидерам) хочется того, чтобы их образ был позитивным. Однако понятия об имидже складываются, как правило, разрозненно, в связи с чем и принимаемые меры носят спонтанный, несистематизированный характер. Более того, в большинстве случаев студенты любого вуза (не связанного с психологическими науками) не задумываются о своем образе как понятии. Целевая ориентация возникает в большинстве случаев у более взрослого социального слоя. Напри-

мер, - у бизнесменов, работников госструктур.

Все это подталкивает к тому, чтобы ознакомить студента-экономиста с некоторыми параметрами, опираясь на которые он сможет строить свое поведение в более выигрышном свете. При этом следует учесть сложившуюся реальность: психология, как сфера знаний, достаточно далека от интересов традиционного студента-экономиста. В качестве сравнения отметим: этот курс изначально вызывает повышенный интерес у студентов, изучающих педагогику, журналистику, искусство, иностранные языки, историю, юриспруденцию.

Итак, отметим, что в психологической науке сложилось множество классификаций типов поведения человека, позволяющих делать обобщающие выводы об образе данной личности.

Например, в публикациях для бизнесменов составляющие имиджа называются следующим образом¹:

- Ухоженность. Никогда не забывайте следить за своим внешним видом. Прежде всего, надо заботиться о волосах (всегда быть аккуратно подстриженным с укладкой волос), лице (вымытым и выбритым), так как оно всегда в центре внимания во время деловых встреч. Руки тоже всегда на виду (маникюр).

- Поддержание физической формы. Бодрость, энергичность, подтянутость это не только полезно для здоровья, но и свидетельствуют об успешности.

- Гардероб. Внешний вид бизнесмена, его одежда, аксессуары должны создавать впечатление уверенности и стильности. Костюм не должен быть не в меру ярким или вызывающе роскошным, точно также и рубашка, галстук, туфли. Внешний облик - это первый шаг к успеху, поскольку для потенциального партнера или клиента костюм служит визитной карточкой, свидетельствующей о степени стабильности и надежности бизнесмена.

- Манеры общения, жесты, походка, осанка. Для того чтобы научиться владеть своим телом, надо, прежде всего, обратить внимание на свои позы и жесты, так как это наш беззвучный язык. Харизматичные люди с большим успехом добиваются расположения к себе.

- Грамотная речь. Речь – главный элемент личного имиджа, поскольку воспринимается в совокупности с манерой одеваться, а в телефонном разговоре является единственным каналом, через который можно должным образом себя преподнести.

- Светские манеры, этикет. Этикет делового челове-

ка включает ряд правил, составляющих основу кодекса поведения, принятого для бизнесменов. Это своеобразное продолжение вежливости и целесообразности, которые способствуют установлению успешных деловых контактов.

Применительно же к тем задачам, которые целесообразно рассматривать применительно к обучению в вузе, разумно выделить следующие элементы имиджа:

- умение общаться с окружающими, быть контактной личностью;
- занимать активную позицию в жизни (в противовес замкнутой, закрытой манере самопроявления);
- проявлять отзывчивость и доброжелательность (в противовес безразличию или агрессивности);
- уметь быстро реагировать на окружающие события и явления, демонстрировать сообразительность (в отличие от заторможенной реакции и тугодумии);
- демонстрировать способность мыслить и излагать свои мысли в хорошем логическом формате (в противовес сбивчивому мышлению и неупорядоченной речи).

К характеристике имиджа можно подойти и с другой стороны, выделяя в поведении личности два этапа:

- 1) восприятие окружающего мира;
- 2) проявление активной реакции по отношению к нему.

Окружающие человека люди наблюдают его поведение на обеих упомянутых стадиях. Это детализирует формирующийся образ личности в контексте времени, жизненных ситуаций, сравнительных характеристик с другими людьми.

Важно подчеркнуть еще один аспект: *имидж студента может складываться по-разному у различных социальных слоев*, окружающих студента. Однокурсники смотрят на своего коллегу через призму своей позиции, в то время как взгляд и позиция преподавателя – существенно иная.

Наконец, привнесем еще один подход к классификации составляющих понятия «имидж студента». В сознании и подсознании окружающих студента людей создается образ, который можно подразделить, как нам представляется, на две составляющие:

1. *внутренние, содержательные элементы образа* (работоспособность, трудолюбие, умение разумно формировать свою стратегию жизни);

1 http://www.arteg*o.su/about/image/?print

2. *внешние, «демонстрационные» элементы образа* (внешний облик, манера поведения).

Роль обеих составляющих может быть различной – в зависимости от той сферы, где трудится (или «позиционирует») данная личность. Для работников эстрады, шоу бизнеса вторая составляющая, скорее всего, преобладает. Для людей, чья деятельность связана не с демонстрации своей личности публике, а с традиционной формой деятельности, доминировать будет первая группа факторов имиджа. Поскольку студент экономического вуза готовит себя не для сцены, а в основном – для офиса (частного или государственного) первозданными качествами являются его деловое трудолюбие и умение строить стратегию своего профессионального роста, находить решение непростых аналитических задач в различных условиях жизни.

Отметив общую структуру составляющих имиджа студента-экономиста, и соотношение их значимости, обратимся к детализации отдельных его элементов. При этом упор будет сделан на психологическую составляющую поведения студента.

2. Активность на учебных занятиях

Учеба студента-экономиста реализуется позитивно в том случае, когда между ним и преподавателями складываются хорошие деловые отношения. Это становится возможным в том случае, когда в глазах преподавателя складывается позитивный образ данного студента.

Какими же путями создается его позитивный имидж?

Прежде всего, ваш имидж зависит, от *степени вашего усердия в учебе*. Внимательное восприятие лекций желательно сопровождать активностью на семинарских, практических занятиях. В процессе занятий не ждите пассивно того момента, когда преподаватель обратится к вам с вопросом. Лучше предвосхитите этот момент и реализуйте свои знания через активную форму соучастия. Оно может сразу выделить вашу фигуру среди других студентов.

Для сравнения отметим: *основная масса студентов ведет себя на занятиях пассивно. Сложилась традиция молчаливого присутствия на большинстве семинаров. Используйте альтернативу: откажитесь от пассивного созерцания!* Проявляйте творческую экспансию! Находите пути, чтобы уже «на старте» лектор увидел и услышал вас. Знайте, что на первых занятиях любой преподаватель благожелательно настроен к аудитории. Спустя пару месяцев он может стать усталым, раздра-

женным и уже «менее отзывчивым». Если вы понравитесь преподавателю «сразу», то приобретенная «позитивная аура» будет автоматически сопровождать ваш облик в подсознании лектора в течение сравнительно длительного периода.

3. Метод постановки вопросов

Существуют разные формы студенческой активности на занятиях: выступление с удачным научным докладом, предоставление отлично выполненной контрольной работы. Однако имеются и другие, мало используемые студентами формы творческой «экспансии». Речь идет *о системе вопросов по линии: «студент – преподаватель»*.

Этот метод можно использовать в двух вариантах. Если вы – человек, склонный к открытости, общению, используйте этот прием в ходе занятия, задавая вопрос таким образом, чтобы его слышала вся группа. Отметим, кстати, что по традициям, сложившимся в российском менталитете, к вопросам не склонно большинство студентов. Некоторая зажатость проявляется у нашего населения даже в молодом возрасте.

В том случае, если вам неудобно ставить вопрос преподавателю при всех (по причине своего характера, своей психологии), используйте второй метод. После занятия подойдите к его столу и спросите, обращаясь непосредственно к лектору. При этом знайте, что такой «индивидуальный» метод вопроса имеет определенные преимущества: во время общения с вами глаза преподавателя обращены уже не массу студентов, а только на вас. Соответственно, конкуренция со стороны других фигур исчезает. Ваш образ запоминается в его сознании и подсознании более четко, чем образы большинства студентов всей группы или всего потока.

Вы должны знать, что для преподавателя, задача которого – преподнесение знаний, факт обращения к нему с вопросом (а также форма и метод подачи вопроса) играет роль важного сигнала. Если вопрос удачен, вы становитесь победителем, получившим своего рода приз в течение 5-10 минут! Удивительно то, что в вузе часто не обращают внимания на истину: *один хороший, умный вопрос, заданный толковому преподавателю, по своей психологической энергетике равноценен стандартному выступлению студента с докладом на семинаре*.

Одновременно сделаем уточнение по поводу того, можно ли обращаться с вопросом к любому преподавателю? Ответ здесь – не простой. Делая ставку на систему вопросов, учтите, что разные преподаватели могут

реагировать на ваше обращение по-разному. Если налицо характер авторитарный, жесткий, эффект от метода вопросов снижается. Вы получите краткий ответ лишь по содержанию и без всяких эмоций. К тому же, ваш образ мало запомнится в памяти у жесткой личности. Потребуется дополнительный прием, связанный с умело произнесенным комплиментом, например, по поводу изложенной преподавателем лекции или его статьи, вышедшей недавно в известном журнале.

Обращение к «мягкотелому» преподавателю протекает, как правило, иначе. Вас выслушают с улыбкой, приветливо. Вы запомнитесь собеседнику. Но по содержанию вы можете получить очень расплывчатый ответ. Наилучшим является тот случай, когда вы обращаетесь к энергичному, приветливому, доброжелательно настроенному преподавателю. В этом случае ваш выигрыш – максимален.

Рассмотрим вопрос: о чем лучше спросить, чем поинтересоваться? Опирайтесь, в первую очередь, на материал, который обсуждался на лекционном или семинарском занятиях. Учитесь выделять в этом материале самые важные категории, явления, понятия. Накладывайте их на тот научный фон, который уже имеется у вас. Делайте сопоставление с уже известным ранее. В целом *можно обозначить три наиболее подходящие направления для формулировки вопроса:*

- уточнение деталей рассмотренной проблемы, а также - возникающих социально-экономических ее последствий;
- дополнительная характеристика одного из влияющих факторов (о котором на занятии было сказано очень кратко);
- проблематика альтернативы того явления, процесса, события, о которых было изложено на лекции.

А теперь обратимся к технике проявления студенческой любознательности:

- Вопрос особенно эффективен в том случае, когда он хорошо стилистически сформулирован, имеет удачную логику. Сам процесс вопроса должен показать, что вы умеете говорить четко, стройно, без использования лишних слов. Более того, он должен показать, что вы – личность. А преподавателю следует сразу почувствовать ваш интеллектуальный уровень, степень вашей образованности.

- По своей природе мысль в форме вопроса требует использования сжатой, емкой формы.

- Вопрос должен задаваться с чувством такта.

- По своей структуре вопрос может иметь три части. Первая отражает процесс обращения к собеседнику – по поводу самого желания о чем-либо спросить. Вторая часть содержит элемент объяснения той научной, теоретической, практической среды (темы, явления, события) в рамках которой возникло желание о чем-то узнать. Третья часть выражает сам вопрос.

В порядке резюме отметим: умелый вопрос обладает значительной психологической силой. Он может притягивать, завораживать человека. В нем есть что-то сходное с внимательным, нацеленным взглядом человека. Общепринятой является мысль: ум человека особенно хорошо виден по тому, как этот человек умеет задавать вопросы.

4. Ваш внешний облик и ваше пространственное расположение в аудитории

Позитивный облик студента в глазах окружающих (и, прежде всего, - преподавателя) зависит не только от степени деловой активности молодой личности. Значительным компонентом ее имиджа является внешний облик.

Окружающим очень нравится приветливое, открытое выражение лица. И наоборот, замкнутые, закрытые лица настораживают.

Сильнейшим привлекательным элементом является улыбка. Однако она должна быть мягкой и сдержанной. Тип рекламного лица с «распахнутым на три сажени ртом» - потребительский примитив. Такой вариант отталкивает, особенно преподавательский состав.

В целом, как показывает наш опыт, заметно: большинство современных студентов умеют улыбаться (около 70%). Среди аспирантов эта доля немного ниже (примерно 60%).

Важным дополнительным элементом (кроме улыбки) является общая подвижность лица, т.е. мимика. Обобщая, можно сказать, что мимика россиян в целом более сдержана, чем это характерно, например, для жителей США.

В связи этим выскажем совет: для достижения успеха в общении обучайтесь активной мимике лица. Наглядным уроком может служить внимательный просмотр мимики артистов в американских фильмах. Интересное впечатление вы могли бы получить, побывав, по случаю, на занятиях по мимике в российских театральных училищах, в институте кинематографии.²

² Одному из авторов статьи довелось проследить интересный вариант самостоятельных занятий

Огромное значение в общении имеет жестикуляция. Ее приемы следует обязательно использовать во время самореализации на занятиях. Делать это надо лишь с учетом разумной нормы. У части студентов (примерно 20-25%) заложены установки, полученные от родителей: двигать руками недопустимо! Кстати, в семьях такого рода отучают и от мимики (молодое лицо ни в коем случае не должно допускать мимических движений лба и щек). Такой феномен встречается примерно у 5% российских студентов.

Важным элементом внешней подачи личности является движение тела, принимаемая им поза (во время разговора, выступления). В нашем случае речь идет о том, как сидит студент в аудитории на занятии, как умеет держаться перед группой студентов. Преобладающая часть выступающих с докладом «позиционируют себя» в неподвижном состоянии, т.е. «стоят намертво». Известно, что преподавателям театральных вузов приходится затрачивать пару месяцев для обучения студентов держаться свободно, не быть закрепощенным. К сожалению, таких занятий не проводится в экономических вузах. Однако студенты должны методом самообучения и копирования приятных образов научиться держать свой корпус более свободно в окружающем пространстве.

Следует исходить из прагматических соображений: твоя речь, твое воздействие на слушателей всегда намного выше, если во время выступления твоя фигура не представляет «застывший монумент», а чуть заметно, дискретно перемещается в пространстве – корреспондируя с переходом вашего сообщения от одного смыслового блока к другому. В итоге, слушателям гораздо легче воспринимать вас как личность. В про-

студентов по мимике. Оканчивая экономический институт, ему пришлось ради заработка участвовать в массовках нескольких советских фильмов. Однажды, при подъезде автобуса с группой участников съемки к одной из съемочных площадок, автор оказался рядом с несколькими студентами театрального училища. Было очень интересно наблюдать, как ребята, не желая терять зря время, четверть часа поездки усиленно работали мимическими мышцами лица. На их физиономиях появлялись самые забавные и неправдоподобные «мордочки» и «мордуленции». Этот случай дает подсказку: современным студентам-экономистам вряд ли придется подрабатывать на съемках фильмов, но использовать мимическую гимнастику в свободное время очень целесообразно. Надо непременно учиться снимать зажатость мышц лица.

тивном случае глаза слушателей устают рассматривать один и тот же образ выступающего. Внимание начинает рассеиваться.

Общаясь с другими людьми, следует помнить, что расстояние, которое вы используете во время разговора, должно быть различным – в зависимости от степени знакомства или различий в социальном статусе. С преподавателем вы не можете стоять столь же близко, как с «однокашниками».

В завершение разговора о внешних компонентах имиджа отметим такой аспект, как форма и цвет одежды. В современных условиях стиль одежды, принятый для вузов, достаточно свободен. Каждый может подбирать себе все элементы по вкусу. Однако следует учитывать, что занятие в вузе – это сфера общения между разными поколениями, и социальными слоями общества.

Выбирая себе новую блузку, студентка должна ориентироваться не столько на модный «писк» (столь заманчиво манящий), но и на позицию преподавателей. Самый яркий пример непонимания общих разумных правил – активное использование многими девушками кофточек, обнажающих их животики. Забавно видеть реакцию аудитории, когда в ней перед слушателями выступает с докладом молодая девушка, увлеченная модной тенденцией. Основное направление взгляда всех сидящих в зале нацелено на ее нежный животик, то неожиданно приоткрывающийся, то плавно прячущийся в складках игривой ткани... Произносимые (где-то сверху) слова доклада звучат как некое мелодическое сопровождение, не имеющее никакого смыслового значения для эмоциональных впечатлений слушателей в течение четверти часа.

Обращайте внимание и на цвет одежды. Исходя из того, что столь активно навязанный модой черный цвет психологически давит, и воспринимается он удачно лишь при наличии яркого контраста. Советуем вам полностью исключить этот цвет во время экзамена, особенно, когда он устный (например, - по итогам учебы в вузе). Преподаватели (осознано или подсознательно) более радостно воспринимают теплые, приветливые цвета и оттенки.

В заключение разговора о внешних параметрах имиджа отметим еще одну небольшую деталь. В создании вашего имиджа в глазах преподавателя имеет значение и ваше пространственное расположение в аудитории. Понятно, что ваша «дислокация» во многом определяется вашими привычками, тем выбором, которое вы сделали, впервые войдя в данную аудиторию

(любой человек по природе – консерватор, где он первый раз занял место, там он норовит разместиться и в следующий раз).

Однако запомните правило: занимать место в аудитории следует не случайным способом, а прагматично, т.е. с определенным деловым расчетом. Этот расчет включает два компонента: место должно быть, во-первых, удобным для вашего восприятия учебного материала, а во-вторых, «удобным» для глаз преподавателя. Второе обстоятельство указываем в связи с тем, что преподаватель во время занятий постоянно обращается взглядом к группе – ради получения обратной связи (как зрительной, так и слуховой).

В этих условиях складывается ситуация: чем лучшим объектом обратной связи вы являетесь, тем более благоприятное отношение к вам складывается у преподавателя. Для привлечения взора лектора к своей персоне желательно выбирать в аудитории такое место, которое легко просматривается, оно не слишком далеко от кафедральной трибуны и не слишком близко от нее. Желательно не занимать места в тесной группе (там вы растворитесь в «массе»).

Подытоживая разговор о внутренних и внешних составляющих вашего имиджа, выразим это в схематизированной форме (Схема 1).

5. Если отношения не складываются ...

Рассмотрев целый ряд аспектов, помогающих студенту создавать свой благоприятный имидж в глазах преподавателя (через демонстрацию своего интеллек-

туального уровня и внешней формы поведения), *затронем и тот случай, когда отношения с определенным преподавателем, по воле обстоятельств, не складываются и возникает противостояние.*

Как правило, причина этого – упрямство характера. Чаще всего – у отдельных студентов. Бывают случаи, когда некоторые из них пребывают в чрезмерной уверенности в своих знаниях и демонстративно выступают с опровержением всего того, о чем говорит преподаватель. В такой ситуации трудно находить компромиссные решения. Здесь нужно искать особый подход.

Но обратимся к другим вариантам, при которых противостояние возникает из-за невыполнения студентом заданий преподавателя (по каким-либо обстоятельствам). Естественно, наиболее разумное поведение студента в данном случае – энергичный «марш-бросок» в своей подготовке по данному предмету. Желательно обратиться к преподавателю с просьбой о том, чтобы получить индивидуальное задание (в форме выступления, доклада, эссе, подборки аналитических материалов из Интернета и т.д.). Главное – дать преподавателю почувствовать, что из пассивно ориентированного состояния студент намерен переместиться в слой лидеров группы, стать партнером преподавателя в анализе учебных материалов на занятиях. Два-три удачных, творческих шагов и отношение преподавателя к студенту может существенно измениться.

Если успеха в области позитивного влияния на преподавателя нет, то можно опробовать один тонкий ход, реализация которого базируется на знании природы души преподавателя (к сожалению, как уже отмеча-

Схема 1.

ИМИДЖ СТУДЕНТА: структурные составляющие позитивного образа	
Внутренние, содержательные элементы образа	<p>Работоспособность</p> <p>Трудолюбие</p> <p>Стратегия жизни - саморазвитие, самосовершенствование, создание благ для окружающего мира, постоянно реализуемое творчество (в противовес ориентации на бесконечное потребление и наслаждение)</p>
Внешние, «демонстрационные» элементы образа	<p>Реализация общих внешних данных, полученных от рождения и частично сформированных путем физических упражнений (стиль фигуры и лица, рост, цвет волос и глаз, форма рук и ног)</p> <p>Выражение лица, мимики (приветливое, доброжелательное, легко реагирующее на внешний мир; или же замкнутое, нахмуренное, абсолютно индифферентное)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стиль взгляда (работа глаз) • Умение улыбаться, тип улыбки <p>Принимаемая поза, движение корпуса, жестикуляция (во время заслушивания лекций, при выступлениях с докладами, в процессе разговора с окружающими)</p> <p>Пространственное расположение личности (в аудитории на занятии, при разговоре с преподавателем или коллегами-студентами)</p> <p>Тип одежды и ее цветовое решение (мягко-приветливые линии и цвета или же угловато-мрачные)</p>

лось, студенты-экономисты интерес к психологии проявляют редко). Между тем, по окончании учебы многие из выпускников могут стать менеджерами, управленцами коллективов. Они должны иметь представление о системе ценностей, типичных для представителей разных социальных слоев. На этапе пребывания в вузе следует учиться понимать психологическую природу не только однокурсников, но и преподавателей.

Известно, что преподаватель – как правило, человек творческий, экстраверт, стремящийся к общению. Ему интересно искать новые пути, передавать свои знания другим. Одной из форм распространения своих знаний выступают для него публикации. Выпустив очередную статью, книгу, он нетерпеливо ждет откликов на свои мысли – как от своих коллег, так и от студентов, т.е. от всех читателей.

К сожалению, отклики вузовских коллег – редкое явление. Причин тому – несколько. Прежде всего, скажется психологическое обстоятельство, свойственное для вузов. Каждый преподаватель – лидер, а между лидерами дружбы не бывает. Общение на кафедре между коллегами существует, однако реализуется оно достаточно поверхностно. Среди преподавателей распространено чувство зависти³. Поэтому услышать похвалу от коллег по случаю выхода новой публикации – наивная надежда для автора публикации.

Отметим параллельно интересный феномен: более тесные и дружелюбные отношения складываются между преподавателями разных вузов. В этом случае, личности более независимы друг от друга по функциональной линии. Нет опасения, что «по службе» кто-то из них может оказаться под встречным давлением. Коллеги знакомятся на конференциях, контакты создаются благодаря интересным публикациям. В итоге складываются приятные отношения товарищества.

В рамках же одного вуза отклики на публикации тормозятся и благодаря позиции управленческой структуры. Ректорат не склонен поощрять вниманием конкретные издания творчески настроенных преподавателей. Особенно это относится к вузам со сложившимися с советских времен авторитарными методами управления (в экономических вузах старого образца правилом была подготовка послушных исполнителей, а не реформаторов! Плановое хозяйство требовало начетников, а не мыслителей). И хотя времена измени-

3 Этот феномен характерен для людей всех творческих профессий. Известно, например, что представители сферы искусства тоже отмечают: среди артистов доминирует атмосфера зависти.

лись, старые традиции продолжают существовать.

Не обращают внимания на публикации преподавателей и студенты (за исключением тех случаев, когда преподаватель ведет занятия по своему учебнику). Причина лежит отчасти в том, что в студенческой среде не принято расширять самостоятельно свой кругозор – путем самостоятельной работы с библиографией, ознакомления с материалами, выходящими за узкие рамки рекомендованной к той или иной теме литературы. В итоге получается ситуация: преподаватель (автор новой публикации) общается в процессе обучения со студентами, подспудно ожидая отклика на новую публикацию. Однако откликов, увы, он не получает ...

Исходя из этой ситуации, студент, у которого по случайным обстоятельствам не сложились отношения с тем или иным лектором, может опереться на знание «душевных мук» своего старшего учителя. Попробуйте в этой ситуации обратиться к библиотеке своего вуза. Теперь это легко: можно собрать информацию, сидя у себя дома за компьютером и просматривая каталог вузовской библиотеки. Определите: есть ли новые публикации у вашего лектора, или «тьютора». Если вы их нашли, то получите их в библиотеке, прочтите, вдумайтесь в содержание. А затем составьте по ним пару удачно сформулированных вопросов. И обратитесь затем к лектору (при этом причину, которая вам дала возможность познакомиться с данной публикацией, вы подайте дипломатично).

Задайте вопрос желательно не в общей аудитории, перед всей группой (у вас тут же найдутся свои завистники), а тет-а-тет, подойдя например, к столу преподавателя после завершения его лекции. Вы увидите неожиданный и приятный эффект, который в памяти у вас останется на всю жизнь. ***Из студента, к которому у преподавателя были определенные претензии, вы превратитесь для него в интересного собеседника!***

Подытоживая сказанное, сделаем **резюме**: учеба в вузе представляет собою уникальное временное пространство для молодой личности. Этот период жизни желательно использовать не только для подготовки себя к роли профессионала в определенной сфере экономики. Пребывание в стенах вуза (точнее – в многослойном коллективе) – шанс для приобретения столь необходимых для карьеры психологических знаний. Прежде всего, – в области навыков общения, взаимодействия, адаптации и влияния.