

Всесвітнє наукове ноосферно-онтологічне товариство
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
Асоціація російськомовних вчених штату Масачусетс, м. Бостон, США
Асоціація «Духовно-інтелектуальний вибір»
Харківський громадський фонд розвитку вищої освіти «ІНТЕЛЕКТ»

ДУХОВНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ВИХОВАННЯ І НАВЧАННЯ МОЛОДІ В ХХІ СТОЛІТТІ

*Міжнародна колективна монографія
за загальною редакцією проф. В. П. Бабича, проф. Л. С. Рибалко*

ДУХОВНО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ВОСПИТАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В ХХІ СТОЛЕТИИ

*Международная коллективная монография
под общей редакцией проф. В. П. Бабича, проф. Л. С. Рыбалко*

SPIRITUAL AND INTELLECTUAL UPBRINGING AND TEACHING YOUTH IN THE XXI CENTURY

*International Collective Monograph
edited by prof. V. P. Babich, prof. L. S. Rybalko*

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Всесвітнього наукового ноосферно-онтологічного товариства, м. Харків
(протокол № 4/1 від 3.11.2019 р.)*

Рецензенти:

- С. Т. Золотухіна** — доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри загальної педагогіки і педагогіки вищої школи Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;
- О. М. Кікінежді** — доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка;
- М. С. Гончаренко** — доктор біологічних наук, професор, професор кафедри валеології філософського факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Д 85 **Духовно-інтелектуальне виховання і навчання молоді в XXI столітті** : міжнародна колективна монографія / за заг. ред. проф. В. П. Баби́ча, проф. Л. С. Рибалко. Харків: Вид. ВННОТ, 2019. 470 с.

У монографії розглянуто філософсько-онтологічні та концептуально-методологічні засади духовно-інтелектуального виховання і навчання молоді в XXI столітті. Представлено матеріали до проекту Концепції духовно-інтелектуального виховання і навчання молоді «ДИВО-21» Всесвітнього наукового ноосферно-онтологічного товариства.

Висвітлено питання духовно-інтелектуального виховання і навчання молоді в історичному, педагогічному, психологічному аспектах. Акцентовано на практичній значущості розвитку духовно-інтелектуального потенціалу суб'єктів освітнього процесу.

Розраховано на науковців, педагогів, здобувачів вищої освіти, методистів, управлінців, громадську спільноту, батьків.

Д 85 **Духовно-интеллектуальное воспитание и обучение молодежи в XXI веке**: международная коллективная монография / Под общ. ред. проф. В. П. Баби́ча, проф. Л. С. Рыбалко. Харьков: Изд. ВННОО, 2019. 470 с.

В монографии рассмотрены философско-онтологические и концептуально-методологические основы духовно-интеллектуального воспитания и обучения молодежи в XXI веке. Представлены материалы к проекту Концепции духовно-интеллектуального воспитания и обучения молодежи «ДИВО-21» Всемирного научного ноосферно-онтологического общества.

Освещены вопросы духовно-интеллектуального воспитания и обучения молодежи в историческом, педагогическом, психологическом аспектах. Акцентировано на практической значимости развития духовно-интеллектуального потенциала субъектов образовательного процесса.

Рассчитано на научных работников, педагогов, соискателей высшего образования, методистов, управленцев, общественное сообщество, родителей.

Spiritual-intellectual upbringing and teaching of youth in the 21st century: an international collective monograph / by head. ed. prof. V. P. Babich, prof. L. S. Rybalko. Kharkov: View. WSNOS, 2019. 470 p.

The monograph deals with the philosophical-ontological and conceptual-methodological foundations of spiritual and intellectual upbringing and teaching of youth in the 21st century. The materials for the draft Concept of Spiritual-Intellectual Upbringing and Teaching of Youth «DIVO-21» of the World Scientific Noosphere-Ontological Society are presented.

The issues of spiritual and intellectual upbringing and teaching of youth in historical, pedagogical and psychological aspects are covered. The practical importance of developing the spiritual and intellectual potential of the subjects of the educational process is emphasized.

It is designed for scientists, educators, higher education graduates, methodologists, managers, the community, parents.

Утвердження культури рівних прав та можливостей в контексті людиноцентричної освітньої парадигми. <i>О. Кізь</i>	201
Духовно-людиномірна університетська освіта як підстава осмислення і реалізації імперативу виживання людства в умовах насадження сьомого технологічного укладу. <i>Г. В. Задорожний</i>	206
Університетська людиномірна освіта як головна передумова формування духовно-ноосферосталого господарського розвитку як стратегії виживання. <i>О. Г. Задорожна, О. В. Хомин</i>	212
Інтернаціоналізація вищої педагогічної освіти в Україні (на прикладі Вінницького державного педагогічного університету). <i>Н. І. Лазаренко</i>	217
Особливості морально-духовного виховання студентської молоді в умовах глобалізаційних викликів часу. <i>С. І. Ткачов, Н. О. Ткачова, А. С. Ткачов</i>	223
Потенційні можливості позааудиторної роботи для інтелектуального розвитку майбутніх учителів фізико-математичного факультету Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. <i>Н. О. Пономарьова, Н. В. Олефіренко, О. А. Жерновникова, В. В. Масич</i>	226
Педагогіка дозвілля – духовність, інтелект, стратегія. <i>А. О. Денисенко</i>	230
Основні проблеми формування методології інтелектуального навчання на основах духовності та моральності у сучасному суспільстві знань та інформації. <i>О. В. Немцов</i>	234
Розділ II. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ ДУХОВНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ВИХОВАННЯ І НАВЧАННЯ МОЛОДІ В XXI СТОЛІТТІ	241
Еволюція та специфіка взаємодії духовного та інтелектуального розвитку в процесі наукового та навчального пізнання в часи античності та раннього середньовіччя. <i>О. В. Юрченко</i>	241
Роль духовенства в організації виховання й опіки дітей на західно-українських землях. 1900–1918 рр. <i>С. Є. Лупаренко</i>	246
Проблеми розвитку української національної школи в період кінця XIX – початку XX ст. <i>О. М. Кін</i> ..	251
Вплив психоаналітичного напрямку в освіті на розвиток духовної культури особистості. <i>Г. Груць</i>	255
Лихослів'я як деструктивний чинник соціалізації особистості. <i>Л. Ширококордюк</i>	266
Шляхи формування духовно-інтелектуальних цінностей дорослих. <i>А. В. Боярська-Хоменко</i>	271
Професійне саморозкриття особистості педагога сучасної школи. <i>О. Жизномірська</i>	273
Успішна професійна адаптація викладача-початківця як умова його інтелектуально-духовного зростання. <i>О. В. Бунчук</i>	277
Духовно-інтелектуальний концепт виробничої практики для здобувачів освітнього рівня «Магістр» у системі післядипломної освіти. <i>Р. І. Черновол-Ткаченко</i>	280
Імідж майбутнього керівника закладу освіти у контексті професійної підготовки. <i>О. І. Мармаза</i>	285
Spiritual and intellectual development of personality in the context of creative self-realization of national and Chinese students of artistic and pedagogical specialties. <i>Li Yan</i>	288
Актуалізація духовно-творчого потенціалу майбутніх учителів у вимірах підготовки до збереження і зміцнення професійного здоров'я. <i>Г. М. Мешко, О. І. Мешко</i>	292
Самопізнання як складова духовно-інтелектуального навчання і виховання майбутніх учителів. <i>Ю. І. Єрмак</i>	296
Розвиток інтелектуального потенціалу майбутніх учителів під час формування вмінь педагогічного прогнозування в навчальній діяльності. <i>О. С. Кабанська, А. А. Кабанська</i>	300
The problem of stimulating future chemistry teachers to the discovery of intellectual potential in the scientific works of Ukrainian and Chinese researchers. <i>Hou Isyuan</i>	304
Spiritual-intellectual development of the personality in the conditions of nursing aesthetic taste in the future music-pedagogical employees of Ukraine and Chine. <i>Chzhou Min</i>	307
Китайська естрадна музика як засіб духовно-інтелектуального виховання молоді. <i>Ло Юаньвень</i>	311
Духовно-інтелектуальний розвиток особистості в процесі професійної адаптації майбутніх філологів. <i>Л. О. Байбекова</i>	314
Когнітивний аспект у вивченні іноземних мов. <i>А. С. Кушнір</i>	318
Тестова методика навчання читанню за темою «Fashion and Clothes» як засіб розвитку інтелектуальних здібностей студентів. <i>А. С. Птушка</i>	322
Виховання щасливої дитини в освітніх закладах Фінляндії крізь призму реформування української школи. <i>О. Янкович</i>	328

ІМІДЖ МАЙБУТНЬОГО КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ У КОНТЕКСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

О. І. Мармаза

професор кафедри наукових основ управління
Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

Суспільні трансформації, зміни у політичних, економічних та соціокультурних процесах, модернізація освіти висувають нові вимоги до якості підготовки майбутнього керівника закладу освіти, становлення його професіоналізму, формування іміджу та ділової репутації.

Реалізація визначених у Законі України «Про освіту» Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 року вимог до професіоналізму вимагають підготовки керівників, які можуть стратегічно мислити, створювати інтелектуальні цінності, організовувати ефективні комунікаційні процеси, творчо підходити до справ, гідно представляти свою організацію за її межами, постійно дбати про підвищення власної компетентності та удосконалення майстерності.

Від професійної позиції керівника, його особистісних якостей, ціннісних орієнтацій залежить характер взаємовідносин у колективі, творча та ділова атмосфера у закладі. Імідж керівника стає наразі необхідним атрибутом соціально-професійних відносин, так як відображає значущі з позиції масової свідомості особливості особистості, професійної діяльності, спілкування, поведінки та зовнішнього образу керівника. Таким чином, існують об'єктивні потреби сучасного закладу освіти у особистості керівника, орієнтованого на професіоналізм, успішність, позитивний імідж.

Формування іміджу є процесом самопрезентації особистості. Уміння правильно представити себе, щоб бути авторитетним, презентабельним, конкурентноздатним, зумовлюють важливість вивчення іміджології. Іміджологія — це практична комплексна дисципліна, що використовує результати ряду наук (соціології, психології, менеджменту, культурології та ін.) з метою створення й перетворення іміджу певних суб'єктів та об'єктів.

Професійний імідж майбутніх керівників починає формуватися під час навчання студентів у закладах вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент», де закладаються основи фахової діяльності. Проте цілеспрямована робота саме з формування іміджу майбутнього керівника в умовах вузівської підготовки майже відсутня. Поодинокі згадування про імідж під час освітньої діяльності не створюють системного уявлення студентів про імідж керівника та засоби його формування.

На основі аналізу науково-методичної джерельної бази з означеної проблеми було з'ясовано сутність основних понять іміджування. Так, встановлено, слово «імідж» походить від лат. *imago* — «образ» і означає цілеспрямовано сформований образ (певної особи, явища, предмета), який підкреслює ціннісні характеристики та покликаний здійснювати емоційно-психологічний вплив на будь-кого. Найбільш поширеним є визначення іміджу як образу, що склався у масовій свідомості і має характер стереотипу. Про імідж говорять як про образ візуальний та символічний.

У сучасному словнику Н. Вебстера наведено таке визначення: «Імідж — похідне від «свідомість», утворене за допомогою мови зображення або опис; розумова концепція, підтримувана різними суспільними групами і така, що символізує основну позицію й орієнтацію у відношенні до чого-небудь (особи, класу, расового типу, політичної філософії або національності)» [6, с. 483].

У соціологічних і психологічних дослідженнях імідж розглядається як загальне враження, а призначення іміджу — в забезпеченні досягнення ефекту привабливості та комфортності спілкування. Управлінський аспект проблеми іміджу відображено у працях Б. Андрюшкіна, О. Ільїна, А. Панасюка, Ф. Хміля, В. Шепеля, В. Яцури. Діяльність керівника щодо створення іміджу організації та персоналу розкрито в дослідженнях О. Доброневського, О. Омарова, Г. Почепцова, О. Перелигіна, Е. Уткіна. Важливість формування іміджу педагога та керівника освіти висвітлено у роботах О. Горovenko, Л. Даниленко, З. Тимошенко, О. Казачінер, А. Калюжного, Ю. Палехи та ін.

Встановлено, що імідж керівника — це цілісний несуперечливий образ, що виникає у свідомості оточуючих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятним у певній групі (персонал, учні, батьки, керівники вищої ланки, громадськість тощо). Імідж — це те, як люди сприймають керівника; оцінюють його, співвідносячи із власною (груповою, суспільною) системою цінностей; як ставляться до нього у результаті сприйняття внутрішніх та зовнішніх характеристик. Отже, особистісно-професійний імідж керівника — це образ, що формується у процесі професійної діяльності та забезпечує самореалізацію особистості.

Імідж — це тільки той образ, до якого у інших людей є ставлення, думка про нього. Тому керівник повинен розвивати уміння оцінювати себе з боку педагогів, учнів, батьків та інших суб'єктів професійної взаємодії; встановити свою значущість; об'єктивно оцінювати свої особистісні якості. Це є підґрунтям для визначення свого реального та бажаного іміджу. Імідж повинен бути усвідомленим для того, щоб його змінювати, удосконалювати.

Визначають ціннісні та технологічні функції іміджу. До ціннісних функцій іміджу належать: особистісного піднесення (завдяки позитивному іміджу підкреслюється духовність, гідність, індивідуальна непересічність); психотерапевтична (приваблива особистість отримує визнання, увагу, повагу, що забезпечують їй оптимізм, мажорний настрій, впевненість у собі). Технологічні функції іміджу — це: соціальної адаптації (завдяки позитивному іміджу можливе більш швидке та безпроблемне входження у певне середовище); висвітлення кращих особистісних та ділових якостей (зосередження уваги оточуючих на перевагах); затінення негативних якостей (відвернення уваги оточуючих від зовнішніх даних, манер та інших недоліків); концентрація уваги на собі (зосередження уваги на своїх словах, діях сприяє приверненню інтересу до особистості); розширення вікового діапазону спілкування (засвідчує належність до сучасних тенденцій манер і комунікацій, дозволяє розширяти ділові контакти в різновікових соціумах).

Діяльність керівника, будучи публічною, висуває особливі вимоги до такого професійного уміння, як самопрезентація, яка виступає своєрідним механізмом іміджування, тобто конструювання свого образу для інших.

Процес формування особистісно-професійного іміджу складається із декількох послідовних кроків: з'ясувати вимоги аудиторії, на яку розрахований імідж; проаналізувати свої сильні та слабкі сторони; сконструювати майбутній образ; перевести образ у вербальну, візуальну та діяльну сфери [2].

Безумовна потреба у дослідженні проблеми формування іміджу майбутнього керівника засобами самопрезентації полягає у тому, що існує об'єктивна необхідність навчання самопрезентації в умовах професійної вузівської підготовки, а науково-методичних матеріалів з даного аспекту замало.

Термін «самопрезентація» (self-presentation), був вперше використаний І. Гофманом. На його думку, самопрезентація — це засіб організації власної поведінки людиною [1]. В. Шепель визначає самопрезентацію як уміння подати себе, привертаючи до себе увагу, актуалізуючи інтерес людей до якихось своїх якостей. Автор наголошує на тому, що у самопрезентації недостатньо спиратися на власні обдарування і знання. Необхідна спеціальна підготовка, і перш за все — уміння орієнтуватися в основних складових цього процесу [5].

З явищем самопрезентації ми зіштовхуємось щодня, часто, навіть не підозрюючи, що у своїй підсвідомості у нас сформований проект власної презентації. Такого роду презентацію прийнято називати природною самопрезентацією. Вона властива усім людям без виключення і отримується з народження. Головним недоліком природної самопрезентації є те, що людина свідомо не контролює і не аналізує процес формування іміджу. Існує і задалегідь спланована, усвідомлена тактика позиціонування своєї особистості, яку прийнято називати штучною презентацією, головна мета якої полягає у прихиленні до себе значимої групи людей.

Отже, сутність самопрезентації полягає в тому, щоб за допомогою ефективних методів і засобів уплинути на аудиторію, донести до оточуючих важливу й необхідну інформацію, аргументовано викласти свою позицію, думку, точку зору.

У науковій джерельній базі з іміджування (А. Калюжний, Ю. Палсха, Г. Почепцов) розкрито різні стратегії формування іміджу, зокрема:

- Позиціонування — це представлення себе у сприятливому образі. Допомагає створити сприятливе інформаційне середовище, виграти на фоні інших. Робить можливим обмежитись лише потрібними якостями чи характеристиками, що потрібні аудиторії, приховати непотрібні властивості чи недоліки.
- Маніпулювання. Передбачає уміння переносити увагу з однієї інформації (якості, характеристику) на іншу, керувати сприйняттям. Маніпулювання пов'язане із вигадками, легендами та міфами, що відволікають увагу від основного.
- Міфологізація передбачає поширення такої інформації, щоб імідж підкріплювався новими фактами, атрибутами, які б підсилювали створюваний образ.
- Емоціоналізація. За Г. Почепцовим, це переклад з раціональної мови на емоційну [4]. Додати ще епітети, емоційно забарвлені слова, співпереживання. Передбачає підстроювання під чужі емоції, настрої, бажання (ми вам співчуваємо, ми з вами, ми вам допоможемо, ми раді за вас і т. д.).
- Деталізація передбачає уміле оперування деталями, дрібничками, які у вигідному ракурсі представляють об'єкт (керівник грає на гітарі, танцює, малює, у минулому був спортсменом тощо).
- Метафоризація передбачає використання різного роду тропів, слів у переносному значенні, які дозволять підсилити, або зруйнувати імідж («Ганна Іванівна — наша зірка», «це — не колектив, а болото» й таке інше).
- Вербалізація — уміле використання слова, ораторське мистецтво, красномовство. За допомогою мови можна змінити враження, орієнтацію, оцінку. Для цього також використовується перекручування інформації, свідоме опущення певних елементів, надання надмірного значення іншим.
- Візуалізація це представлення об'єкту на фото, слайдах, у кліпах, кінороліках. Допомагає аудиторії краще запам'ятати, за допомогою кращих ракурсів зображення показати у вигідних ситуаціях (демонстрація фото, де керівник разом із відомою людиною, мером, депутатом тощо).
- Дистанціювання передбачає перекладання на інших відповідальності, самоусунення від подій («адміністрація відділу освіти наказала зробити...»).
- Впровадження моделей сприйняття. Це зумовлює отримання прогнозованого, очікуваного результату (манери, мова, ставлення, одяг).

З-поміж різних інструментальних засобів формування іміджу керівник повинен обрати ті, які б були не одноразовими, не популістськими, а реально сприяли становленню стійкого позитивного іміджу. Основними критеріями повинні бути: відповідність чинному законодавству, моральна бездоганність, врахування ситуації комунікацій, цілеспрямованість.

Усе зазначене вище дозволяє зробити висновок, що особливості вибору засобів самопрезентації є виявом ідентичності особистості. Не викликає сумнівів, що керівник повинен опанувати різні технології самопрезентації, тобто навчитись управляти враженням про себе.

Базова модель технології побудови іміджу складається з таких позицій самопрезентації: «Я-концепція» — морально-психологічна підготовка; фейсбілдінг — створення зовнішності особистості з урахуванням усіх супутніх чинників; кінесика — тілесне інформування; дизайн одягу — підбір і носіння одягу, використання аксесуарів; володіння словом — риторична оснащеність; флюїдне випромінювання — створення особистісного «біоенергетичного поля»; комунікативна механіка — майстерність спілкування.

Самопрезентація співвідноситься із саморозкриттям. Проте саморозкриття передбачає обмеженість тільки інформацією про себе, а самопрезентація — це ще й продумана подача цієї інформації. Ефект враження глибоко фіксується у свідомості оточуючих і надовго визначає характер стосунків, змінити який надалі виявляється нелегко.

Не менш важливе значення для успішної самопрезентації відіграє самооцінка та самоповага. У процесі самопрезентації, як правило, виникає бажання показати себе з кращого боку, щоб бути позитивно сприйнятим оточуючими.

Водночас результати наших пілотних досліджень, проведених серед студентів зі спеціальності «Менеджмент» (освітня програма «Управління навчальним закладом»), засвідчують, що студентська громада мало усвідомлює значення самопрезентації, має недосконалу уяву про різні форми самопрезентації, а це означає, що процес формування іміджу відбувається спонтанно. Так, серед мотивів, що спонукають майбутніх керівників до розвитку особистісно-професійного іміджу, лише 12 % респондентів назвали самовдосконалення, 17 % — розвиток професіоналізму. Більшість опитуваних до мотивів формування іміджу віднесли можливість заявити про себе (68 %), досягнення визнання та поваги (82 %). Це означає, що майбутні керівники більше уваги приділяють зовнішнім аспектам іміджу.

Таким чином, доцільніше в умовах вишу надавати студентам педагогічну підтримку в створенні позитивного особистісно-професійного іміджу засобами самопрезентації, вчити долати комунікативні бар'єри, адаптувати до нових соціальних умов через здобуття нових знань про самопрезентацію, орієнтування у ситуаціях спілкування, уявленні і захисті своїх інтересів.

Формування позитивної самопрезентації майбутнього керівника у процесі вузівської підготовки, на нашу думку, пов'язано з дотриманням деяких принципів особистісно орієнтованої технології освіти. Відтак, у освітньому процесі слід спрямувати роботу з підготовки майбутнього керівника до професійної діяльності за такими напрямками: орієнтація на визнання позитивних якостей, сильних сторін, значущості особистості; уміння мотивувати інших до діяльності і досягнення в ній позитивних результатів; розвиток конкретних комунікативних вмінь; володіння культурою мовлення; виховання поваги до самого себе, знання власних сильних сторін, уміння використовувати їх у власній діяльності; тренування у контролюванні свого емоційного стану; прищеплення установки студентів щодо цілеспрямованого формування іміджу.

Зазначимо, що для формування іміджу майбутнього керівника важливим у освітньому процесі є використання форм активного навчання. Ділові ігри створюють можливість для імітації моделі поведінки майбутнього керівника, розвитку свідомості, формування способів професійної діяльності, рефлексії. У такий спосіб можна упередити неефективну діяльність та неефективну поведінку керівника у майбутньому, що у реальному професійному житті негативно вплинули б на його імідж.

Формування особистісно-професійного іміджу майбутнього керівника засобами самопрезентації відбувається через залучення студентів до творчо-пошукової діяльності. Це, передусім, індивідуальні завдання творчого характеру, які передбачають проведення досліджень з різних проблем управління закладом освіти, дозволяють виявити стан готовності студента до керівної діяльності.

Добровільність участі студентів у різноманітних семінарах, тренінгах, творчих лабораторіях, конференціях — це перші ознаки роботи над власним іміджем. У цьому їм треба допомогти засобами створення індивідуальних моделей самопрезентації та розкриття технік самопрезентації.

Особливістю навчання студентів у магістратурі зі спеціальності 073 «Менеджмент» (освітня програма «Управління навчальним закладом») є те, що в групах одночасно присутні керівники з досвідом роботи, новопризначені та ті педагоги, що входять до керівного резерву. Це сприяє кращому засвоєнню прийомів іміджування. Спілкування, обмін думками, спостереження стають неоціненним надбанням для формування особистісно-професійного іміджу поряд із здобутими знаннями.

Результатом такого підходу до формування особистісно-професійного іміджу майбутнього керівника під час навчання в магістратурі може стати розроблення індивідуальних проектів з формування позитивного іміджу.

Проект з формування іміджу повинен містити науково-практичні семінари і тренінги, конференції та ділові ігри, спецкурси з проблем іміджології та індивідуальні консультації психолога, стиліста, косметолога, лікаря.

Актуалізації професійного іміджу майбутнього керівника будуть сприяти його участь у всіх сферах життєдіяльності базового закладу освіти, у якому він проходить виробничу та науково-дослідну практики, виконує наукове дослідження для випускної роботи. Особливу увагу слід приділити заходам, які створюють умови для самопрезентації: конференції, конкурси, диспути, фестивалі педагогічних ідей, декади передового досвіду тощо.

Такі заходи повинні допомогти майбутньому керівнику розкрити особистісні характеристики; моделювати індивідуальний стиль поведінки у різних життєвих ситуаціях; засвоїти цінності професії, правила управлінської поведінки; визначити засоби самоудосконалення; адаптуватись до соціокультурного простору закладу освіти; засвоїти технології та техніки формування та захисту іміджу; підвищити рівень саморегуляції; навчити засобам формування сприятливого іміджового середовища навколо себе; напрацювати стійкі навички конструктивної взаємодії; індивідуально дібрати засоби самовираження, які дозволяють більш повно розкрити свій потенціал; сформувати іміджеву компетентність.

Іміджева компетентність особистості складається із знань та розуміння сутності іміджотворюючих процесів, володіння універсальними базовими технологіями, техніками, засобами, навичками досягнення внутрішнього стану та зовнішньої виразності. Це здатність творчо діяти; створювати залежно від середовища, його динаміки та власних потреб свідомі образи, моделі себе та майбутніх результатів діяльності. Самоповага та впевненість у собі слугують підґрунтям іміджевої компетентності. Фактор креативності є важливою властивістю особистості для створення іміджу, це здатність до конструктивного та нестандартного мислення і поведінки, усвідомлення та розвитку свого досвіду. Соціально-психологічний іміджевий потенціал особистості передбачає наявність необхідного рівня здібностей та засобів їх об'єктивізації.

Таким чином, допомога майбутньому керівнику закладу освіти ще в умовах вузівської підготовки у вивченні іміджологічного простору, спрямуванні іміджотворюючої діяльності, виборі ефективних засобів самопрезентації дозволять у перспективі досягти свого акме у якості особистості та професіонала.

Подальші теоретико-прикладні дослідження повинні поглибити вивчення залежності іміджу керівника від суб'єктів комунікацій та сприйняття; розкрити механізми взаємозв'язку іміджу керівника та репутації закладу освіти; виявити ефективні засоби формування позитивного іміджу майбутнього керівника під час його навчання у закладі вищої освіти.

Література

1. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер с англ. А. Д. Ковалева. Москва : Канон-пресс-Ц : Кучково-поле, 2000. 302 с.
2. Мармаза О. І. Інноваційний менеджмент. Харків : Планета-принт, 2016. 197 с.
3. Палеха Ю. І. Іміджіологія : навч. посіб. / за заг. ред. З. І. Тимошенко. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 324 с.
4. Почепцов Г. Г. Профессия : имиджмейкер. Киев : ИМСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1998. 256 с.
5. Шепель В. Имиджология : секреты личного обаяния. Москва : Маркетинг, 1997. 382 с.
6. The Webster's Dictionary and Thesaurus of the English language. Lexicon Publications Inc., Dunbury, CT, USA, 1993. 1216 p.

SPIRITUAL AND INTELLECTUAL DEVELOPMENT OF PERSONALITY IN THE CONTEXT OF CREATIVE SELF-REALIZATION OF NATIONAL AND CHINESE STUDENTS OF ARTISTIC AND PEDAGOGICAL SPECIALTIES

Li Yan

Lecturer, Department of Oil Painting, Faculty of Fine Arts, Hebei Academy of Fine Arts, China

In the context of the creative self-realization of national and Chinese students of artistic and pedagogical specialties, spiritual and intellectual personality development occupies an important place. Fine arts promotes the development of human spirituality, nurtures a culture of its emotions, awakens receptivity to the beautiful and the ability to aesthetically taste, activates the manifestation of imaginative thinking, artistic imagination, associative memory, observance. Attracting young people to the beautiful, mastering the best folk traditions and customs is the needs of today, as the leveling of the values of highly artistic values, the impoverishment of human spirituality, its intellectual potential. Only a creative teacher with high artistic talent and moral qualities, self-sufficient and successful can influence the spiritual and intellectual development of the individual.

Similar thoughts were expressed in K. Guseva's scientific work [2], namely, how the teacher is responsible for the development of students' spirituality through the means of fine arts. Therefore, the preparation of the teacher of fine arts should be aimed at the development of the spiritual and intellectual personality of both the teacher-artist and the future of the students. It is necessary to create conditions for creative self-realization of students of artistic and pedagogical specialties, to form in them a sense of beauty through worldview and worldview of artistic examples.