

китайского языка, неоднократно получали гранты от китайского правительства на дальнейшее обучение в Китае.

Как результат, подготовка специалистов на базе общего средне-специального образования и ориентированных на изучение международной логистики и таможенного дела, с углубленным знанием культуры других стран, их законодательства, иностранных языков позволит в будущем выстроить качественные отношения в международной торговле, а, следовательно, и увеличить ее объемы.

#### **Список использованных источников**

1. Беларусь-Китай: 30 лет взаимовыгодного сотрудничества / под. ред. В. А. Бабарикина, А. А. Скачковского // Логистика. – 2022. – № 1. – С. 4–7.

### **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ПЕДАГОГА КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

У Юю, Капалыгина И. И.

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»  
youzaiwyz@gmail.com, kapalygina\_ii@grsu.by

**Annotation.** The article examines the role of the professional image of teachers in increasing the competitiveness of future specialists in Belarus and China. Teachers shape the knowledge, character, values, creative thinking and social responsibility of students. In education and competitiveness, the professional image of teachers is considered an important aspect. In the above two countries with unique educational traditions and cultural characteristics, the image of a teacher plays a key role in the formation of future specialists and their social influence. Improving the professional image of teachers not only improves education, but also strengthens the country's position in global competition.

Термин имидж происходит от английского слова «image», которое, в свою очередь, происходит от латинского «imago». «Современный китайский словарь» в 1978 году определил «имидж» как «специфическую форму или жест, вызывающий активность мыслей и чувств» [1].

Сегодня этот термин имеет огромное количество определений. Российский Исследователь В. М. Шепель определяет имидж как визуальный образ [2]. Исследователь А. Ю. Панасюк, определяет имидж как мнение [3]. Китайские исследователи Чжан Дэ и У Цзяньпин определяют имидж как воспринимаемое общее впечатление через органы чувств [4].

Определение, основанное на понятии «имидж»: «Имидж педагога - это впечатление, которое он производит на людей, или то, как его воспринимают» [5].

Имидж педагога структурируется особым образом: как профессиональный, мо-

ральный и личностный. *Профессиональный* имидж педагога можно определить следующим образом: *моральный* имидж, *культурный* имидж и *личностный* имидж. Основные характеристики профессионального имиджа педагога: профессиональная компетентность, педагогические эрудиция, рефлексия, импровизация, общение. Исходя из приведенных выше имиджей, можно выделить следующие ключевые аспекты того, как профессиональный имидж педагога может стать основой конкурентоспособности будущих специалистов в Беларуси и Китае:

1. *Качество образования и передачи знаний*. В Китае и Беларуси педагоги закладывают прочную базу знаний для будущих специалистов, передавая предметные знания и развивая мыслительные способности учащихся.

2. *Ценности и профессиональная этика*. Профессиональная этика и ценности педагогов оказывают огромное влияние на морально-этическое развитие.

3. *Творческое мышление и умение решать проблемы*. И в китайской, и в белорусской системах образования значительные усилия направлены на развитие у обучающихся творческого мышления и навыков решения проблем.

4. *Культурная восприимчивость и международная перспектива*. Педагоги в Китае и Беларуси играют ключевую роль в развитии межкультурной коммуникации и глобального сознания обучающихся.

Таким образом, профессиональный имидж педагога играет ключевую роль в системах образования Китая и Беларуси. Педагоги являются не только передатчиками знаний, но и проводниками ценностей и морали, развивая у своих подопечных инновационное мышление, умение решать проблемы и культурную восприимчивость. В совокупности эти аспекты формируют профессиональный имидж педагога и создают прочную основу для конкурентоспособности будущих специалистов.

#### **Список использованных источников**

1. Современный китайский словарь. – Пекин: Коммерческая пресса, 1978.
2. Шепель, В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – Ростов Н/Д: Феникс, 2005. – 472 с.
3. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. – М.: Омега-Л, 2007.
4. Zhang, De. Корпоративная культура и планирование / De Zhang. – Цинхуа: Издательство Университета Цинхуа, 2003. – С. 3, 106–110.
5. Wu, Kangning. Является ли педагог «представителем общества» – путаница «я» как учителя / Kangning Wu // Образовательные исследования и эксперименты. – 2002. – № 2. – Р. 7–10.