

2

Пәндерді оқыту әдістемесі

Методика преподавания предметов

Teaching methodology

МРНТИ 14.25.01

DOI 10.59941/2960-0642-2023-3-66-76

Влияние личного бренда учителя информатики на развитие информационной культуры младших школьников

А. Р. Аспанов

Коммунальное государственное учреждение «Средняя общеобразовательная школа № 11 города Павлодара», Павлодар, Казахстан
azeka_21538@mail.ru



Аннотация. Автор статьи «Влияние личного бренда учителя информатики на развитие информационной культуры младших школьников» исследуют актуальную в настоящее время проблему: сегодня жизнь человека немислима без интернета, который без соответствующих компетенций работы с ним может быть опасен. Поэтому развитием информационной культуры необходимо начинать заниматься уже с начальной школы.

В статье представлен обзор научно-педагогической литературы по проблеме исследования. Также проведен эмпирический анализ, включающий сбор эмпирических данных с помощью опроса младших школьников на предмет влияния личного бренда учителя информатики на развитие их информационной культуры.

Результаты исследования показывают, что личный бренд учителя информатики имеет влияние на развитие информационной культуры младших школьников.

В заключении авторы делают выводы о важности развития личного бренда учителя информатики и предлагают рекомендации по его формированию и укреплению. Также приводятся практические рекомендации по развитию информационной культуры младших школьников на основе влияния личного бренда учителя информатики.

Данная научная статья является ценным вкладом в развитие области информационной культуры школьников и может быть полезной для учителей информатики, педагогических специалистов и исследователей, занимающихся данной проблематикой.



Ключевые слова: личный бренд учителя, учитель информатики, информационная культура, младшие школьники.

99 **Қалай дәйексөз алуға болады / Как цитировать / How to cite:**

Аспанов, А. Р. Влияние личного бренда учителя информатики на развитие информационной культуры младших школьников [Текст] // Научно-педагогический журнал «Білім». – Астана: НАО имени И. Алтынсарина, 2023. – №3. – С. 66-76.

Введение

С ростом доступности информации из различных интернет-источников встает вопрос о необходимости обеспечения безопасности детей. Так, в последнее время частым явлением становится кибербуллинг, у детей наблюдается онлайн-депрессия, нередко в интернет-пространстве сексуальные домогательства и другие риски. Поэтому сегодня остро стоит вопрос о развитии у детей информационной культуры, которая является неотъемлемой составляющей общей культуры каждого современного человека и общества в целом. В своем исследовании под информационной культурой младших школьников мы понимаем способность самостоятельно осуществлять поиск информации, устраняя информационный дефицит; умение взаимодействовать с информационной средой, моделировать собственное информационное поведение, прокладывая путь от неизвестного к известному; восприятие и оценку информации (умения оценивать информацию с точки зрения полноты, достоверности, солидности источника).

Согласно исследованиям, уровень информационной культуры младших школьников в настоящее время пока недостаточен. Младшие школьники часто склонны принимать информацию без критической оценки и не могут эффективно ее использовать [1].

Необходимо отметить, что в нашей стране, уже начиная с 1 класса, младшие школьники изучают учебный предмет «Цифровая грамотность», который служит формированию информационной культуры и социализации детей в информационном обществе. Так, в базовое содержание учебного предмета «Цифровая

грамотность» введены компетенции в раздел «Работа в сети Интернет»:

- для 1 класса - достоверность и польза информации, размещаемой в сети, риски нежелательных контактов в сети;
- для 2 класса - использование браузера для поиска информации на заданную тему, обмен данными между приложениями;
- для 3 класса - поиск информации: поиск фрагмента текста в документе. Обмен информацией: способы обмена информацией в сети, использование мессенджеров для совместной работы над проектом;
- для 4 класса - поиск информации: поиск файлов и папок на компьютере. Обмен информацией: настройки браузера (закладки, история и загрузки). Электронная почта: прием и отправка сообщений, сообщения с прикрепленными файлами [2].

Для полной, глубокой сформированности информационной культуры у младших школьников преподавание лишь «Цифровой грамотности» в начальной школе является недостаточным. Исследования говорят о том, что в начальной школе огромное влияние на процесс развития детей имеет учитель. Проблемой отношения младших школьников к учителю в разное время занимались такие ученые, как: Г.А. Кочергина, В.А. Крутецкий, А.Г. Оводова, И.П. Подласый, Е.Ю. Смотрицкий и др. В нашей стране данной проблеме посвящены труды Ы. Алтынсарина, А.К. Кусаинова и др.

В статье «Роль учителя в повышении качества образования» А.К. Кусаинов отме-

чает прямую зависимость качества образования от личности учителя [3]. Мы вслед за Аскарбеком Кабыкеновичем считаем, что в процессе развития у младших школьников большую значимость имеет учитель информатики. Но здесь следует отметить, что помимо его профессиональных качеств, мы имеем в виду и его личный бренд. Под личным брендом мы понимаем сформированный уникальный образ, отражающий профессионализм, стиль преподавания и общения, качества и ценности учителя [4]. Он позволяет ему устанавливать доверительные отношения с учениками, родителями и коллегами, стимулируя первых к обучению и развитию, представляя для вторых и третьих высокие стандарты профессионального поведения [5]. Формируется личный бренд учителя путем участия его в научных конференциях, опубликованием статей в научных журналах, выступлениями в СМИ, активной общественной жизнью и т.д. [6] Важным критерием личного бренда является узнаваемость и лояльность целевой аудитории к личности учителя. Под целевой аудиторией в данном случае понимаются ученики, их родители и педагогическая общественность [7].

Статья Efimova (2022) фокусируется на методах и стратегиях, используемых преподавателями высшей школы для продвижения своей профессиональной карьеры [8], Sedereviciute-Paciauskiene (2018) предоставляет практические примеры личного брендинга преподавателей на Facebook [9], а работа Labrecque et al. (2011) исследует общие процессы онлайн-личного брендинга с учетом вызовов и последствий для профессионального роста [10]. Эти исследования подчеркивают актуальность и важность использования социальных медиа и стратегий личного брендинга для укрепления профессиональной репутации в современном образовательном контексте и онлайн-среде.

Проблема влияния личного бренда учителя информатики на развитие информационной культуры младших школьников в настоящее время является малоизученной.

Материалы и методы

Авторами данной научной статьи проведено исследование влияния личного бренда учителя информатики на развитие информационной культуры младших школьников.

В ходе работы над статьей проведен анализ научно-теоретической литературы по проблеме исследования.

Для проведения исследования нами был проведен опрос среди учащихся 4 классов средних общеобразовательных школ Павлодарской области. Опрос был анонимным с использованием Google Forms. Процедура опроса предполагала индивидуальное заполнение опросника: младшим школьникам была отправлена уникальная ссылка, по которой они могли пройти опрос в любое удобное для них время, но не позднее указанной даты. Всего в нем приняло участие 115 учеников.

В основе опросника нами был положен рефлексивный критерий, который позволит нам понять, понимает ли сам младший школьник, что такое информационная культура, что такое личный бренд учителя, обладает ли, по их мнению, учитель информатики личным брендом, каково влияние личного бренда учителя информатики на процесс развития у них информационной культуры. Вопросы на определение уровня сформированности у младших школьников информационной культуры построены на самооценке ее показателей:

- умение различать надежные и ненадежные источники информации (Каким образом Вы проверяете достоверность информации, анализируете источники и выявляете фейковые новости?),
- уровень развития критического мышления (Умеете ли Вы задавать вопросы и искать подтверждение для информации, сравнивать разные источники и принимать информированные решения?);

- умение быть информационно образованными потребителями (Понимаете ли Вы свои права и ответственность при использовании информации, умеете ли защитить себя от негативного контента и воспринимать информацию этично?);
- уровень развития коммуникативных навыков в интернет-пространстве

(Много ли у тебя друзей, приятелей в интернет-пространстве?).

Результаты

Ответы опросника показали, что из 115 респондентов верно осознают понятие «информационная культура» 58 человек (50,4%); остальные выбрали неверный ответ (49,6%) (рисунок 1).

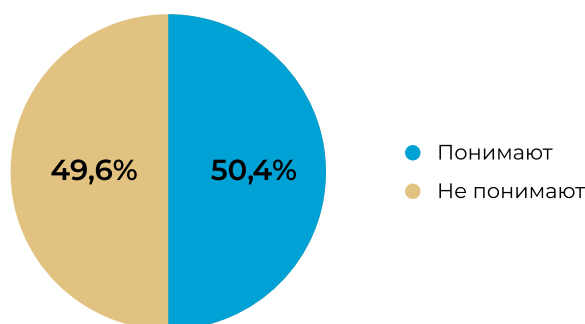


Рисунок 1. Уровень владения младшими школьниками понятием «информационная культура»

На второй вопрос: «Каким образом Вы проверяете достоверность информации, анализируете источники и выявляете фейковые новости?» были получены ответы: «уточняю у родителей» - 24 человека (20,8%), «перепроверяю информацию в других источниках» - 18 человек

(15,8%), «спрашиваю у друзей» - 8 человек (6,9%), «свой ответ» - 15 человек (13%), «не проверяю достоверность информации, не анализирую источники и не выявляю фейковые новости» - остальные (43,5%) (рисунок 2).

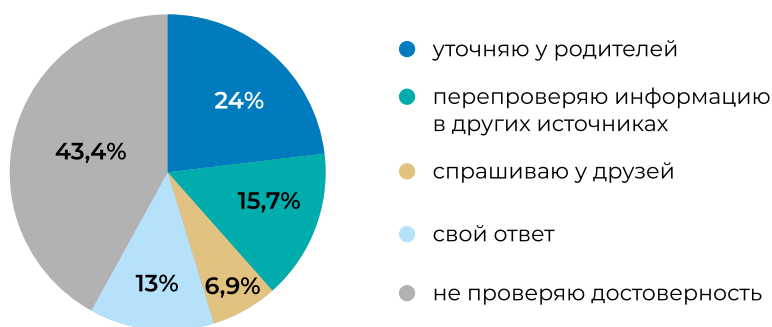


Рисунок 2. Умение различать надежные и ненадежные источники информации

На вопрос: «Умеете ли Вы задавать вопросы и искать подтверждение для информации, сравнивать разные источники и принимать информированные реше-

ния?» 87 человек (75,6%) ответили, что не могут, остальные (13%) ответили утвердительно (рисунок 3).

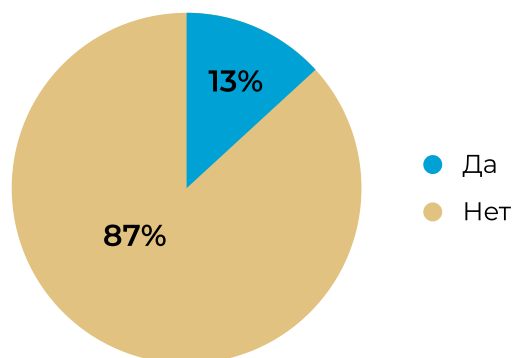


Рисунок 3. Уровень развития критического мышления

На вопрос: «Понимаете ли Вы свои права и ответственность при использовании информации, умеете ли защитить себя от негативного контента и воспринимать

информацию этично?» утвердительный ответ дали 27 человек (23,4%), остальные (76,6%) дали отрицательный ответ (рисунок 4).

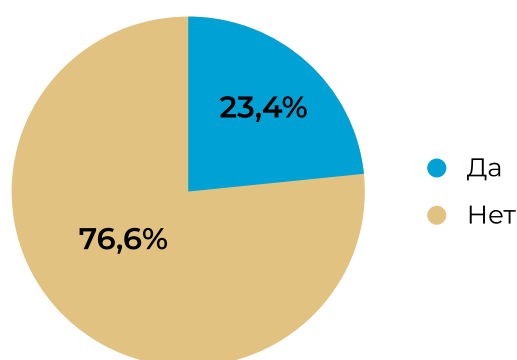


Рисунок 4. Умение быть информационно образованными потребителями

На вопрос: «Много ли у тебя друзей, приятелей в интернет-пространстве?» нами были получены такие результаты: «да» -

77 человек (67%), «нет» - 38 человек (33%). Результаты представлены на рисунке 5.

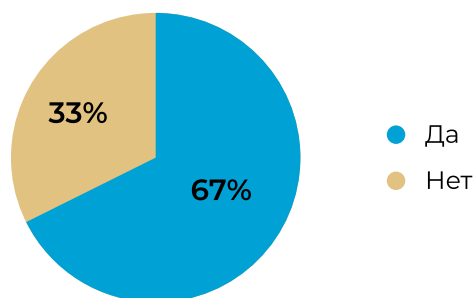


Рисунок 5. Уровень развития коммуникативных навыков в интернет-пространстве

На вопрос: «Выбери правильное определение понятию «личный бренд учителя» 86 человек (74,7%) ответили верно, 29 че-

ловек (25,3%) выбрали неверное определение (рисунок 6).

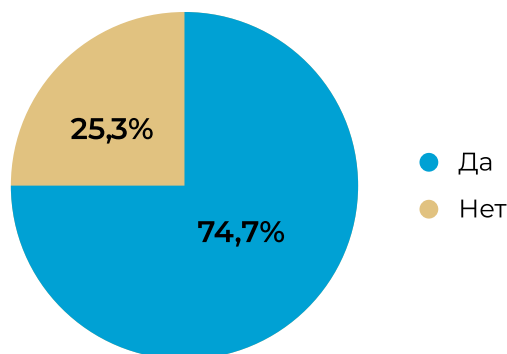


Рисунок 6. Понимание сущности понятия «личный бренд учителя»

На вопрос: «Считаете ли Вы, что Ваш учитель информатики владеет информационной культурой» 99 человек (86%) дали

положительный ответ, 16 человек (15%) – «затрудняюсь ответить», 0 человек (0%) – «не считаю так».

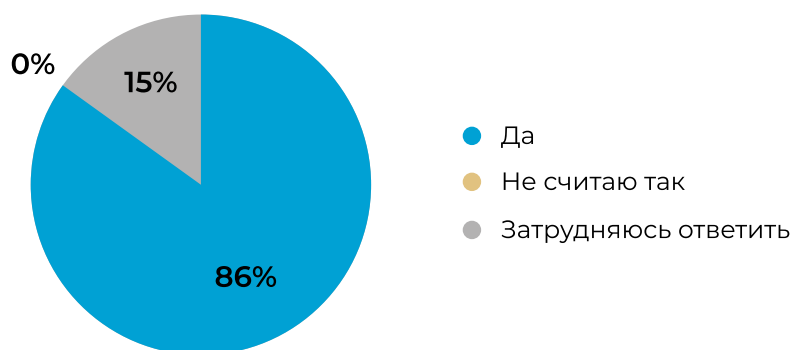


Рисунок 7. Уровень доверия к учителю информатики как профессионалу

На вопрос: «Обладает ли Ваш учитель информатики личным брендом?» были получены результаты: «да» - 85 человек

(74%); «нет» - 7 человек (6%); «затрудняюсь ответить» - 23 человека (20%). Результаты представлены на рисунке 8.



Рисунок 8. Кредит доверия к учителю информатики

На вопрос: «Имеет ли, по Вашему мнению, влияние учителя информатики на развитие у Вас информационной культуры?» 90

человек (78%) ответили утвердительно, 5 человек (4,3%) дали отрицательный ответ, остальные (17,7%) затруднились ответить.

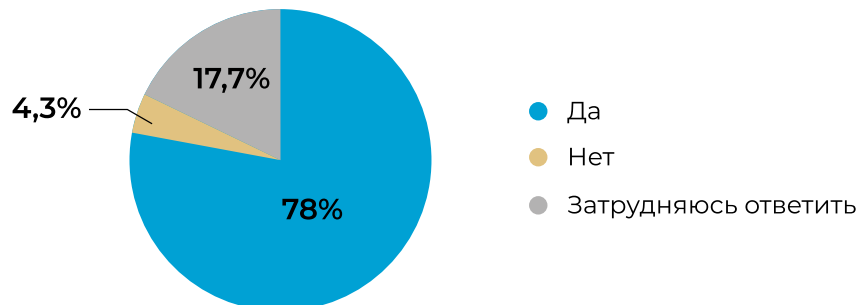


Рисунок 9. Влияние личного бренда учителя информатики на развитие информационной культуры у младших школьников

Обсуждение

Анализ ответов опросника показал, что понятие «информационная культура» было верно осознано 58 респондентами, что составляет 50,4% от общего числа респондентов.

Почти половина респондентов (49,6%) выбрали неверный ответ на вопрос о проверке достоверности информации и выявлении фейковых новостей. Ответы на

этот вопрос показали, что 20,8% респондентов уточняют информацию у родителей, 15,8% перепроверяют информацию в других источниках, 6,9% спрашивают у друзей, а 13% не проверяют информацию и не анализируют источники.

Большинство респондентов (75,6%) заявило, что не умеет задавать вопросы и искать подтверждение для информации, сравнивать разные источники и принимать информированные решения.

Примерно 23,4% респондентов понимают свои права и ответственность при использовании информации, умеют защищать себя от негативного контента и воспринимать информацию этично.

Большая часть респондентов (67%) имеет друзей и приятелей в интернет-пространстве.

74,7% респондентов правильно выбрали определение понятия «личный бренд учителя», в то время как 25,3% выбрали неверное определение.

Большинство респондентов (86%) считают, что их учитель информатики владеет информационной культурой и им доверяют как профессионалу.

74% респондентов считают, что их учитель информатики обладает личным брендом.

Примерно 78% респондентов считают, что учитель информатики оказывает влияние на развитие их информационной культуры.

Эти результаты свидетельствуют о том, что существует некоторый уровень осознания понятия информационной культуры, но все еще существует необходимость в развитии критического мышления, умении анализировать источники, защищать себя от негативного контента и принимать информированные решения. Они также указывают на влияние личного бренда учителя информатики на развитие информационной культуры у младших школьников, а также на доверие их к учителю как профессионалу. Считаем, что по данной проблеме необходима целенаправленная работа.

Заключение

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что в науке нет общепринятого определения понятия «личный бренд учителя». В своем исследовании мы понимаем под ним сформированный уникальный образ, отражающий профессионализм, стиль пре-

подавания и общения, качества и ценности учителя.

Говоря об информационной культуре младших школьников, мы подразумеваем способность самостоятельно осуществлять поиск информации, устраняя информационный дефицит; умение взаимодействовать с информационной средой, моделировать собственное информационное поведение, прокладывая путь от неизвестного к известному; восприятие и оценку информации (умения оценивать информацию с точки зрения полноты, достоверности, солидности источника).

Исходя из полученных эмпирических результатов, можно сделать вывод, что личный бренд учителя информатики может оказывать значительное влияние на развитие информационной культуры младших школьников. Учителя информатики, обладающие личным брендом могут привлечь больше внимания младших школьников, вызвать у них большее доверие и стимулировать их интерес к информационной грамотности.

Результаты также указывают на необходимость повышения осознания младшими школьниками своих прав и ответственности при использовании информации, а также развитие навыка защиты от негативного контента и этичного восприятия информации.

Несмотря на то, что исследование не дало определенности в понимании процесса формирования личного бренда учителя информатики, авторы рекомендуют педагогам уделять большее внимание воспитанию индивидуального стиля преподавания и личного бренда, так как такой подход может существенно повысить эффективность развития у младших школьников информационной культуры.

Список использованных источников

1. Көшкімбетова, С. А., Кенжебаев, Т. К. Мектептің оқу тәрбие үрдісіне инновациялық технологияларды ендіру жолдары [Мәтін]. Тараз: Тараз университеті, 2004.


2. Методические рекомендации по обучению предмета «Цифровая грамотность» в начальных классах [Текст]. – Нур-Султан: НАО имени Ы. Алтынсарина, 2022. – 192 с.
3. **Кусаинов А. К.** Роль учителя в повышении качества образования [Электронный ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-uchitelya-v-povyshenii-kachestva-obrazovaniya/viewer> [Дата обращения 01.09.2023]
4. **Johnson, K. M.** (2017). The importance of personal branding in social media: educating students to create and manage their personal brand. *International journal of education and social science*, 4(1), 21-27.
5. **Зейнелова А. Е., Абилова Е. Ф., Жумабаев М. М.** Имидж и персональный бренд педагога [Текст] // *Человекознание*. – 2017. – С. 18-22.
6. **Артемьев А. А., Лепехин И. А., Зайковский В. Н.** Бренддинг: значимость и эволюция развития [Текст] // *Проблемы управления социально-экономическими системами: теория и практика*. – 2020. – С. 60-65.
7. **Музыканти, В. Л.** Бренддинг. Управление брендом: учебное пособие [Текст] / В. Л. Музыканти. – Москва: РИОР : ИНФРА-М, 2021. – 316 с.
8. **Efimova, G. Z.** (2022). Professional promotion of higher school teachers in social media sites. *Monitoring Obshchestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsial'nye Peremeny*, (2), 317-341. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.2.2120>
9. **Sedereviciute-Paciauskiene, Z.** (2018). Personal branding on Facebook: how teachers stage themselves on social media. In *INTED2018 Proceedings* (pp. 3968-3972). IATED.
10. **Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R.** (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of interactive marketing*, 25(1), 37-50.
- school] [Mátin] . Taraz: Taraz ýniversiteti, 2004.
2. Metodicheskie rekomendacii po obucheniyu predmeta «Cifrovaya gramotnost'» v nachal'nyh klassah [Methodological Recommendations for Teaching Digital Literacy in Primary Grades] [Tekst]. – Nur-Sultan: NAO imeni Y. Altynsarina, 2022. – 192 s.
3. **Kusainov, A. K.** Rol' uchitelya v povyshenii kachestva obrazovaniya [Elektronnyj resurs] [The role of teachers in improving the quality of education] // <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-uchitelya-v-povyshenii-kachestva-obrazovaniya/viewer> [Data obrashcheniya 01.09.2023]
4. **Johnson, K. M.** (2017). The importance of personal branding in social media: educating students to create and manage their personal brand. *International journal of education and social science*, 4(1), 21-27.
5. **Zejnellova, A. E., Abilova, E. F., Zhumabaev, M. M.** Imidzh i personal'nyj brend pedagoga [The image and personal brand of the teacher] [Tekst] // *Chelovekoznanie*. – 2017. – S. 18-22.
6. **Artem'ev, A. A., Lepekhin, I. A., Zajkovskij, V. N.** Branding: znachimost' i evolyuciya razvitiya [Branding: significance and evolution of development] [Tekst] // *Problemy upravleniya social'no-ekonomicheskimi sistemami: teoriya i praktika*. – 2020. – S. 60-65.
7. **Muzykant, V. L.** Branding. Upravlenie brendom: uchebnoe posobie [Branding. Brand Management: Tutorial] [Tekst] / V. L. Muzykant. – Moskva: RIOR : INFRA-M, 2021. – 316 s.
8. **Efimova, G. Z.** (2022). Professional promotion of higher school teachers in social media sites. *Monitoring Obshchestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsial'nye Peremeny*, (2), 317-341. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.2.2120>
9. **Sedereviciute-Paciauskiene, Z.** (2018). Personal branding on Facebook: how teachers stage themselves on social media. In *INTED2018 Proceedings* (pp. 3968-3972). IATED.
10. **Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R.** (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of interactive marketing*, 25(1), 37-50.

References

Бастауыш сынып оқушылардың ақпараттық мәдениетін дамытуға информатика пәні мұғалімінің жеке брендiнiң әсерi

А.Р. Аспанов

«Павлодар қаласының №11 жалпы орта білім беру мектебі» коммуналдық мемлекеттік мекемесі
Павлодар қ., Қазақстан Республикасы


 **Аңдатпа.** «Бастауыш сынып оқушылардың ақпараттық мәдениетін дамытуға информатика пәні мұғалімінің жеке брендінің әсері» мақаласының авторлары қазіргі уақытта өзекті мәселені анықтайды: бүгінгі күні адам өмірін интернетсіз елестету мүмкін емес, ол онымен жұмыс істеу үшін тиісті құзыреттерсіз қауіпті болуы мүмкін. Сондықтан ақпараттық мәдениетті дамытуды бастауыш мектептен бастау керек.

Мақалада зерттеу мәселесі бойынша ғылыми-педагогикалық әдебиеттерге шолу берілген. Сондай-ақ эмпирикалық талдау жүргізілді, оның ішінде информатика мұғалімінің жеке брендінің олардың ақпараттық мәдениетін дамытуға әсері туралы бастауыш сынып оқушылардан сауалнаманы пайдалана отырып эмпирикалық деректер жинау жүргізілді.

Зерттеу нәтижелері информатика мұғалімінің жеке бренді бастауыш сынып оқушылардың ақпараттық мәдениетін дамытуға әсер ететінін көрсетті.

Қорытындылай келе, авторлар информатика мұғалімінің жеке брендінің дамытудың маңыздылығы туралы қорытынды жасайды және оны қалыптастыру және нығайту бойынша ұсыныстар береді. Сондай-ақ информатика мұғалімінің жеке брендінің ықпалы негізінде бастауыш сынып оқушылардың ақпараттық мәдениетін дамыту бойынша практикалық ұсыныстар берілген.


Бұл ғылыми мақала мектеп оқушыларының ақпараттық мәдениетін дамытуға қосылған құнды үлес болып табылады және осы мәселемен айналысатын информатика мұғалімдеріне, педагогикалық мамандарға және зерттеушілерге пайдалы болуы мүмкін.

 **Кілтті сөздер:** мұғалімнің жеке бренді, информатика мұғалімі, ақпараттық мәдениет, бастауыш сынып оқушылары.

The influence of the personal brand of a computer science teacher on the development of the information culture of younger schoolchildren

A. R. Aspanov

Municipal state Institution «Secondary School №11 of the city of Pavlodar», Pavlodar, Republic of Kazakhstan

 **Abstract.** The authors of the article «The influence of the personal brand of a computer science teacher on the development of the information culture of younger students» explore the current problem: today a person's life is unthinkable without the Internet, which can be dangerous without the appropriate competencies to work with it. Therefore, the development of information culture should start in the elementary school.

The article presents an overview of the scientific and pedagogical literature on the research problem. An empirical analysis was also carried out, including the collection of empirical data using a survey of younger students on the impact of the personal brand of an informatics teacher on the development of their information culture.

The results of the study show that the personal brand of an informatics teacher has an impact on the development of the information culture of younger students.

As the result, the authors draw conclusions about the importance of developing a personal brand of an informatics teacher and offer recommendations for its formation

and strengthening. Practical recommendations are also given for the development of the information culture of younger students based on the influence of the personal brand of an informatics teacher.

This scientific article is a valuable contribution to the development of the information culture of schoolchildren and may be useful for computer science teachers, pedagogical specialists and researchers involved in this issue.



Keywords: teacher's personal brand, computer science teacher, information culture, junior schoolchildren.

Материал поступил в редакцию 15.08.2023