

Число ПК, используемых в образовательном процессе, в расчете на одно учреждение, штук	31	61	591	34	69	646	108,9
Число ПК, имеющих доступ к сети Интернет	-	8454	24953	-	9855	25925	110,2

Источник: составлено автором на основании данных [1].

Данные таблицы демонстрируют рост использования ИКТ в учреждениях образования за период 2018 – 2020 гг. Следует заметить, что численность ПК в учреждениях профессионально-технического, среднего и высшего образования к 2021 году увеличилось на 321 шт., 1603 шт., 2145 шт. соответственно. Что соответствует приросту в 8% в среднем по всем учебным заведениям. Такой показатель, как доступ в интернет используются практически во всех учреждениях образования. Это можно обнаружить и в таблице: увеличение численности компьютеров с доступом к интернету увеличилось в большей степени и составило +10 %. Анализ таблицы показал, прослеживается тенденция, что из года в год использование ИКТ в сфере образования все больше и больше набирает популярность. Преобладание информационного развития наблюдается на этапе высшего образования по причине применения технологий в управлении. Это объясняется заинтересованностью государства в высококвалифицированных кадрах.

Заключение. Таким образом, в 21 веке информационные и коммуникационные технологии очень важны. Без них сложно представить современное образование и любую другую деятельность человека. Использование в обучении новых информационных технологий позволяет формировать специальные навыки с различными познавательными способностями, что позволяет делать занятия более наглядными и динамичными, более эффективными с точки зрения обучения и развития студентов, облегчает работу преподавателя и способствует формированию ключевых компетенций обучающихся. Применение ИКТ позволяет реализовать идеи индивидуализации и дифференциации обучения. Современные учебные пособия, созданные на основе ИКТ, обладают интерактивностью (способностью взаимодействовать с учеником) и позволяют в большей мере реализовать развивающую парадигму в образовании.

1. Информационное общество в Республики Беларусь, 2021. Стат. сборн. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> . - Дата доступа: 10.09.2021 г

ИМИДЖ КУРАТОРА УЧЕБНОЙ ГРУППЫ

Сарасеко А.Г.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Вожгурова О.В., канд. полит. наук, доцент

Ключевые слова: имидж, имидж куратора.

Key words: image, image of the curator.

Введение. Современная социальная ситуация развития нашего образования зависит от изменений в различных сферах жизни общества в целом и функционировании отдельных учреждений образования в частности. Деятельность учебного заведения по подготовке педагогических кадров определяется профессионализмом его сотрудников, в том числе и кураторов учебных групп, имидж которых напрямую влияет на имидж будущих педагогов нашей страны.

Во многом имидж зависит от того, какие ценности пропагандируются в обществе в определенный период времени. В условиях быстро меняющегося и развивающегося общества, его потребностей важным показателем в пользу формирования благоприятного имиджа куратора будет служить степень соответствия его миссии, целей и задач требованиям социума. Имидж является составной частью образовательной деятельности, а обладание им – существенная профессиональная характеристика куратора учебной группы.

Теоретической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых по имиджелогии, среди которых особое место занимают работы Сысоевой Е.Ю., Дахина А., Панасюк А.Ю., Даулинга Г., Пискуновой Т.Н., Гришуниной Е.В., Карпова Е.Б., Нестерчук О.Я., Петровой Е.А., Даниленко Л.В., Пискунова М.С., Лазаренко И.Р. и др.

Так специалист в области философии Р.Б. Квеско считает, что имидж – это собирательное понятие. Он представляет собой облик, то есть ту сторону проявления человека, с помощью которой окружающим могут демонстрироваться лучшие личностные и деловые характеристики [1].

Цель – исследовать имидж куратора учебной группы в учреждении образования «Полоцкий колледж УО «ВГУ имени П.М. Машерова».

Материал и методы. Для оценки существующего имиджа куратора учебной группы использовались качественные и количественные методы исследования имиджевых характеристик. Из качественных методов были выбраны проективные методики: ассоциативные, на завершение задания и конструирующие; из количественных – методика семантического дифференциала.

Для изучения имиджа куратора учебной группы исследования проводились в следующих целевых аудиториях: учащиеся групп нового набора специальности 2 – 010201 «Начальное образование»: учебные группы 11Н и 12Н. Всего в исследовании приняли участие 59 человек.

Результаты и их обсуждение. С помощью ассоциативных методик были получены следующие результаты об образе куратора:

- в группе 11Н положительно воспринимают своего куратора 84% учащихся (друг, вторая мама, учитель, наставник, хороший человек, тепло, красота, помощь, опора, «что-то величественное», информация); куратор вызывает тревогу, напряженность, неуверенность у 10% респондентов («что-то случилось», напряженность, контроль, дополнительное задание, «вечная занятость»); 6% не ответили.

- в группе 12Н куратор воспринимается положительно 85% учащихся (цветы, солнце, красота, лидер, авторитет, вождь, стиль, творчество, добро, защита, помощь, деловая, главная, новости), 6% показывают недовольство контролем со стороны куратора (споры, недопонимание, лишний контроль); 9% не ответили.

Вместе с тем следует отметить, что 31% учащихся группы 11Н не разграничивают понятия «куратор» и «преподаватель», ассоциируя своего куратора с учебной дисциплиной, которую она преподает.

Анализ ассоциаций на соотношение «куратор – я» дал следующие результаты:

- положительно оценивают свои личные взаимоотношения с куратором 89% в обеих группах (хорошие отношения, помощь (взаимопомощь), взаимопонимание, уважение, поддержка, доверие, позитив); отрицательно – 3% (недопонимание, «я не любимчик»); не ответили – 8%.

Проанализировав ответы респондентов на вопрос, касающийся соответствия «куратор – моя будущая профессия», мы получили следующие результаты: 65% респондентов установили (увидели) взаимосвязь между этими понятиями (помощь, влияние, будущее, пример, работа, совет, «что-то похожее», «возможно»); 35% – затруднились с ответом.

Анализ анкеты «Образ куратора учебной группы» показал следующие результаты: при встрече с куратором 41% учащихся обращают внимание на внешние качества (внешний вид, речь), 59% – на настроение, общение, «отношение к нам», «обращение к группе».

Почти все учащиеся выделяют, в первую очередь, такие личные качества, как: доброта, дружелюбие, понимание, вежливость, отзывчивость, открытость, честность, общительность. Только 11% называют необходимыми и профессиональные качества (профессионализм, знания, опыт, образованность). Отрицательные качества назвали только 5% респондентов (слишком много придирается, слишком эмоциональная, «чрезмерное терпение в отношении некоторых»). Респонденты сообщили, что им не важны: возраст куратора (83%), сведения о личной жизни (45%). Большинство (92%) считают, что куратор хорошо выполняет свои профессиональные обязанности, 3% – частично, 5% – не ответили.

На вопрос «Хотите ли вы быть похожим на куратора вашей группы?» 61% ответили утвердительно (умением решать вопросы, устанавливать дисциплину, хорошо, молодо

выглядеть, быть такой же умной, женственной), а 39% – что нет, объяснив это тем, что в человеке важна индивидуальность, что хочется быть другим. Себя учащиеся представляют как хорошего, доброго, помогающего, дружелюбного, прощающего куратора, который находится с детьми на одной волне.

С помощью анализа анкет мы определили основные имиджевые характеристики, имеющие мотивирующее воздействие на учащихся:

- умение общаться с представителями различных социальных групп,
- умение находить конструктивное решение в конфликтной ситуации,
- умение создавать психологический комфорт,
- больше взаимодействовать с учащимися,
- быть примером для подражания.

Используя конструирующую методику (коллаж) и метод семантического дифференциала, мы определили те элементы имиджа куратора, на которые будет направлена работа по их коррекции или изменению:

1. миссия куратора – постановка личной цели куратора, отражающей его жизненные ценности, идеалы и принципы в профессиональной деятельности и в отношении к учащимся;

2. модель поведения – формирование модели поведения в соответствии с ожиданиями целевой аудитории и ценностными установками учреждения образования;

3. стиль руководства – выбор более демократичного стиля руководства;

4. забота о собственном имидже – работа по формированию и укреплению значимых имиджевых характеристик, а также коррекция личностных и профессиональных качеств куратора;

5. психологический комфорт – создание более благоприятных и психологически комфортных условий для осуществления идеологической и организационно-воспитательной работы в учебной группе.

Очевиден тот факт, что куратор, являясь владельцем описанного выше имиджа, глубоко заинтересован в том, чтобы работа по корректированию существующего имиджа была организована и проведена качественно и эффективно. В связи с этим именно он является непосредственным идейным вдохновителем, организатором и координатором этого сложного процесса.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод о том, что существующий имидж куратора в учреждении в целом положительный и адекватный, так как соответствует сути деятельности его обладателя, основным ценностям и ожиданиям целевых аудиторий. Также в результате анкетирования были сформулированы основные имиджевые характеристики, имеющие мотивирующее воздействие на учащихся.

Вместе с тем, по нашему мнению, при планировании и осуществлении кураторства в ученическом коллективе необходимо провести корректирующие действия, обратив внимание на следующие факты:

а) при определении наиболее важных качеств куратора учащиеся преимущественно называют такие личностные качества, как доброта, помощь, защита, что свидетельствует о том, что образ куратора ассоциируется со школьными впечатлениями о классном руководителе. При этом почти не упоминаются профессиональные качества;

б) значительная часть учащихся смешивает сущностные характеристики двух разнонаполненных имиджей педагога – имиджа преподавателя-предметника и имиджа куратора;

в) учащиеся, обучаясь в колледже, представляют свою будущую профессиональную деятельность, в первую очередь, в качестве учителя, дающего знания, формирующего навыки, умения, при этом отводя функции классного руководителя незначительную, второстепенную роль.

Безусловно, положительный имидж куратора требует специальной работы по его созданию, формированию и поддержанию. Элементами управления имиджем являются разработка, реализация и оценка специальных мероприятий по работе с имиджем куратора.

1. Квеско, Р.Б. Имиджология: учеб. пособие / Р.Б. Квеско, С.Б. Квеско. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2008. – 116 с.