

*Карпухина Анна Евгеньевна*

бакалавр, студентка

*Научный руководитель*

*Гладнева Светлана Геннадьевна*

канд. пед. наук, доцент, доцент

ФГБОУ ВО «Тульский государственный

педагогический университет им. Л.Н. Толстого»

г. Тула, Тульская область

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ШКОЛЫ: ОПЫТ ВЕДЕНИЯ ШКОЛЬНОГО СООБЩЕСТВА «ВКОНТАКТЕ»**

**Аннотация:** в статье исследуется актуальность применения социальных сетей в образовательных целях, раскрываются возможности их интеграции в учебный процесс. Особое внимание уделяется практическому опыту использования социальной сети «ВКонтакте». Рассматриваются преимущества и потенциальные трудности такого подхода, а также предлагаются рекомендации по эффективному внедрению социальных сетей в образовательную практику. Исследование направлено на выявление педагогических возможностей социальных платформ и их роли в современном образовательном пространстве. В заключение делается вывод о перспективности использования социальных сетей как вспомогательного инструмента в образовании, способствующего повышению вовлеченности учащихся, развитию навыков самостоятельной работы и формированию цифровой грамотности.

**Ключевые слова:** социальные сети, школьное сообщество, имидж школы, образовательное учреждение, формирование имиджа образовательного учреждения.

**Постановка проблемы.** XXI век – век информационных технологий, эпоха интернета. Это привело к тому, что большая часть человечества

буквально живёт в интернете, в социальных сетях. Для образовательных учреждений это отличный способ не только заявить о себе, но и донести информацию до учащихся и их родителей.

*Цель:* использовать социальную сеть «ВКонтакте» для создания группы, которая будет предназначена для обмена информацией об учебном процессе, предстоящих мероприятий и тому подобному.

*Изложение основного материала.* Социальные сети – это отличный способ для продвижения школы, а следовательно, сообщество в социальной сети может служить имиджем образовательного учреждения.

Как правило, под имиджем понимают мнение общественности о ком или о чём-либо. Если затрагивать имидж образовательной организации, то здесь предполагаются следующие компоненты:

- работа администрации образовательного учреждения и педагогов;
- проводимые на базе школы мероприятия;
- успеваемость учащихся;
- стиль образовательного учреждения;
- фирменный стиль школы, к которому можно отнести символику, школьную форму и тому подобное.

Для ведения сообщества стоит выделить специальный отдел, который будет заниматься ведением в социальных сетях. В качестве такой социальной сети чаще всего используют «ВКонтакте» в связи с тем, что она является одной из самых популярных соцсетей среди молодёжи.

Ведение сообщества обязательно начинают с данных об образовательном учреждении: время основания школы, руководство, адрес.

Для повышения имиджа также стоит отметить положительные достижения школы: в каких конкурсах и олимпиадах выигрывают учащиеся, какие гранты получала школа, возможности профессионального и карьерного роста. Также можно добавить информацию о результатах государственной итоговой аттестации (ОГЭ, ЕГЭ), о профессиональных образовательных учреждениях, в которые поступили выпускники по окончании школы.

Ведение школьного сообщества должно быть постоянным, отражать активную школьную жизнь, но это не должно иметь навязчивый и информационно перегруженный характер.

Стоит отметить, что для повышения имиджа образовательной организации необходимо задуматься об интерфейсе сообщества (разделы, ссылки и так далее), а также периодически проводить разнообразные рубрики. Например, «Советы психолога», «А Вы знали, что...».

Для интеграции школьников и родителей в группу нужно дать им возможность самим разрабатывать информацию для школьного сообщества. Они могут самостоятельно разрабатывать статьи или проходить опросы о том, что они в следующий раз хотят увидеть.

*Выводы.* Подводя итоги, мы можем с уверенностью сказать, что школьные сообщества в социальной сети «ВКонтакте» имеет целый ряд положительных свойств, к которым отнесём следующие:

- с помощью социальной сети образовательное учреждение способно охватить широкую аудиторию в интернете, привлечь подписчиков не только среди своих учащихся, но и из других образовательных организаций, что приведёт к более высокому спросу среди родителей, которые захотят отвести своих детей в школу;
- школьное сообщество может способствовать тому, чтобы с образовательной организацией связывались организации дополнительного образования для сотрудничества;
- активная жизнь и отличный имидж школы может помочь школе получать дополнительные средства из регионального бюджета на дальнейшее развитие школы;
- отличная возможность применять различные способы для продвижения собственного положительного имиджа.

Понимая многогранность возможностей путей формирования имиджа образовательного учреждения с помощью социальных сетей, мы приходим к выводу, что крайне важно идти в ногу со временем, обращать своё внимание

на настроение целевой аудитории. Также не стоит забывать, что суть образовательных отношений – это не привлечение дополнительного финансирования или развлечение пользователей, а обучение и воспитание подрастающего поколения.

### ***Список литературы***

1. Стефенс М. Компьютер для детей / М. Стефенс, Р. Триз. – М.: АСТ-ПРЕСС, 2000. – 303 с.
2. Фещенко А.В. Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития / А.В. Фещенко // Открытое и дистанционное образование. – М., 2011. – С. 44–50. EDN WLOXMH
3. Белова С.В. Имидж образовательного учреждения / С.В. Белова // Студенческий научный форум. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017037784> (дата обращения: 29.09.2025).
4. Зуевская И.Н. Механизм формирования позитивного имиджа школы / И.Н. Зуевская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urok.1sept.ru/articles/210363> (дата обращения: 29.09.2025).
5. Черёмина Д.С. Опыт ведения группы образовательного учреждения в социальной сети «Вконтакте» советом старшеклассников / Д.С. Черёмина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/opyt-vedeniya-gruppy-obrazovatelnogo-uchrezhdeniya-v-socialnoj-seti-vkontakte-sovetom-starsheklassnikov-4261662.html> (дата обращения: 29.09.2025).
6. Дишкован Н.М. Проект «Школа в социальной сети» / Н.М. Дишкован [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2023/01/05/proekt-shkola-v-sotsialnoy-seti> (дата обращения: 29.09.2025).
7. Булычёв Е.Н. Социальные сети как инструмент формирования имиджа образовательной организации / Е.Н. Булычёв, Д.И. Спиридонов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-instrument-formirovaniya-imidzha-obrazovatelnoy-organizatsii> (дата обращения: 29.09.2025).

8. Малова А.В. Опыт использования социальной сети «ВКонтакте» в образовательном процессе / А.В. Малова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn----btb1bbcge2a.xn--p1ai/blog/2017-01-23-968> (дата обращения: 29.09.2025).