

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 мероприятиях 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» имеют 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 настройку 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-obrazovatel'nogo-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-sotsialnoj-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).