

**Формирование профессионального имиджа учителя посредством
персональной страницы в социальной сети «ВКонтакте»**

Научный руководитель – Патрахина Татьяна Николаевна

Терещенко Николай Викторович

Студент (бакалавр)

Нижевартовский государственный университет, Гуманитарный факультет, Кафедра
филологии и массовых коммуникаций, Нижневартовск, Россия

E-mail: terechenko.1999@mail.ru

В современных реалиях социальные сети стали неотъемлемой частью жизни большинства жителей России, педагогическое сообщество не исключение. Подтверждением тому служат аналитические данные образовательного проекта Лаборатории Касперского: присутствуют в социальных сетях - 96% учителей; добавляют своих учеников в друзья - 73%; имеют общедоступный профиль 67%; не используют личные страницы для педагогического сотрудничества - 25% [1]. Как отмечают интернет-аналитики, социальная сеть «ВКонтакте» в 2019 году по популярности заняла лидерскую позицию [3]. Таким образом, можно констатировать, что использование интернет-пространства - это определенные возможности для педагога не только эффективного взаимодействия «учитель - ученик», но и целенаправленного формирования своего профессионального имиджа с помощью личного аккаунта. Особую актуальность это приобретает в настоящее время, когда общественность внимательно отслеживает и реагирует на содержание страниц педагогов. Так за последнее время зафиксировано несколько громких увольнений учителей по результатам реакции родителей и других стейкхолдеров на их персональные страницы в социальных сетях. Ситуацию усугубляет и отсутствие нормативно-правовых документов, которые могли бы регулировать процесс ведения личного аккаунта педагога.

Тема имиджа достаточно широко представлена в многочисленных работах отечественных исследователей: В.М. Шепеля, Г.Г. Почепцова, А.Ю. Панасюка и др. Профессиональный имидж педагога рассматривается А.А. Калюжным, К.И. Атаманской, Е.А. Столбовой и т.д. При этом тема формирования профессионального имиджа педагога через социальные сети практически не транслируется в научной теории. В основном она ограничена работами практиков SMM-технологий, имиджмейкеров и других учителей, которые ведут собственные блоги, данные материалы носят в целом описательный характер.

Данное обстоятельство и обусловило выбор цели проекта: провести мониторинг личных аккаунтов молодых педагогов общеобразовательных школ г. Нижневартовска ХМАО-Югры с целью выявления уровня эффективности страницы как инструмента формирования профессионального имиджа. В ходе реализации проекта на основе анализа информации о персональном и профессиональном имидже и современных тенденций SMM-продвижения персональных страниц был разработан чек-лист, позволяющий оценить состояние страниц учителей и определить направления их совершенствования [2, с. 121].

Чек-лист представляет собой четыре блока и включает 44 позиции, которые определены на основании модели персонального имиджа российского ученого А.Ю. Панасюка:

- 1 блок. Доступ информации и настройки приватности.
- 2 блок. Фотографии.
- 3 блок. Оформление персональной информации.
- 4 блок. Рекомендации к содержанию и размещению постов.

Анализ персональных страниц 30 молодых педагогов (возраст от 21 года до 36 лет) 28 школ г. Нижневартовска продемонстрировал следующее: оптимальное значение соответ-

ствия персональной страницы требованиям чек-листа на предмет сформированности профессионального имиджа посредством личного аккаунта в «ВКонтакте» составило 57,5%, минимальное - 15%.

Расчет ключевых показателей КРІ осуществлялся с помощью сервиса Took 42: лайки, просмотры, комментарии, репосты. К показателям КРІ отнесли уровень привлекательности, общительности и коэффициент распространения.

Мониторинг персональных страниц учителей продемонстрировал следующее:

1 блок. Доступ к информации и настройки приватности:

- закрытость персональной страницы, таким образом, исключение *открытой* двусторонней коммуникации «ученик - учитель»;
- отсутствие базовой информации об учителе;
- наличие в списке групп сомнительного контента.

2 блок. Фотографии:

- использование на аватарке вместо портретной фотографии фото животных; групповые фото, персонажей мультфильмов, кино и т.д.;
- загрузка фотографий в альбомах, которые компрометируют учителя (демонстрация вредных привычек: алкоголь, курение);
- размещение некачественных фотографий.

3 блок. Оформление персональной информации:

- представление учителя с помощью псевдонима;
- отсутствие информации об интересах, образовании, профессиональных и личных достижениях, жизненной позиции учителя;
- использование в блоке «жизненная позиция» материалов компрометирующего характера (отношение к политике, религии и др.).

4 блок. Содержание и размещение постов:

- копирование информации из внешних источников при оформлении авторского поста без указания ссылки на автора;
- наличие в основном информационного контента, отсутствие контента репутационного и мотивирующего характера;
- выбор не актуального времени для публикации постов.

Таким образом, по результатам мониторинга личных аккаунтов и индивидуальных консультаций, можно констатировать, что у молодых учителей г. Нижневартовска ХМАО-Югры сформирован недостаточный уровень знаний и прикладных навыков по формированию профессионального имиджа посредством персональной страницы в социальной сети «ВКонтакте». Данные обстоятельства послужили поводом для дальнейшего сотрудничества Нижневартовского государственного университета, муниципалитета и образовательных организаций по реализации проекта SMM-продвижения персональных страниц педагогов с целью формирования их профессионального имиджа.

Источники и литература

- 1) 1. Наместникова М. Образовательные проекты «Лаборатории Касперского». Учителя соцсети: https://vk.com/page-20623304_49873283.
- 2) 2. Патрахина Т.Н., Вялкова К.С., Терещенко Н.В. Применение проектного метода обучения при подготовке будущих PR-специалистов в высшей школе // Современный ученый. 2019. №3. С. 117-124.
- 3) 3. Top-10 самых популярных сетей в России на 2019 год: <https://top10a.ru/samyepopulyarnye-socialnye-seti-v-rossii.html>.