

ВІРТУАЛЬНИЙ ОБРАЗ

**ВЕБРЕСУРСИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ
НА ТЛІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ АНАЛОГІВ**

АНОТАЦІЯ

Актуальність роботи під шифром «Віртуальний образ» зумовлена появою відносно нової форми комунікації у сучасних закладах освіти. Тому дослідження європейського досвіду створення шкільних веб-сайтів, компаративний аналіз українських та європейських сайтів шкіл та проведення емпіричного дослідження сприйняття дизайну, контенту і динаміки сайтів та зручності користування ними цільовою аудиторією (учні, батьки, вчителі) є актуальним.

Мета роботи полягає у аналізі українських шкільних веб-сайтів у європейському контексті.

Основними **завданнями** роботи є: з'ясувати функціональні особливості шкільного веб-сайту як каналу комунікації; визначити критерії оцінювання шкільного веб-сайту в аспекті впливу на цільову аудиторію; здійснити порівняльний аналіз українських та європейських шкільних веб-сайтів; провести емпіричне дослідження сприйняття українських та європейських шкільних сайтів цільовою аудиторією; на основі результатів емпіричного дослідження сформулювати рекомендації щодо оптимізації та модернізації шкільних сайтів.

Методи дослідження: аналіз і синтез, індукція і дедукція, порівняння, аналогія, зіставлення – для з'ясування стану розробленості проблеми, визначення понятійно-категоріального апарату; компаративний – для порівняння шкільних веб-сайтів; опитування – для виявлення сприйняття шкільних веб-сайтів цільовою аудиторією; методи математичної статистики.

Структура роботи. Структура роботи визначена її метою і завданнями. Наукове дослідження (обсяг повного тексту – 29 стор., загальний обсяг – 45 стор.) складається зі вступу, двох розділів, кожен із яких має підрозділи і висновки, загальних висновків, списку використаних джерел (31 найменування) та восьми додатків. Робота містить 3 таблиці.

Ключові слова: шкільні новини, шкільний веб-сайт, комунікація, освітні послуги.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ШКІЛЬНИЙ ВЕБСАЙТ ЯК КАНАЛ КОМУНІКАЦІЇ.....	6
1.1 Функціональні особливості шкільного вебсайту та критерії його оцінювання.....	6
1.2 Українські та європейські шкільні вебсайти: дотримання критеріїв ефективності в аспекті впливу на цільову аудиторію.....	11
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ Й АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	17
2.1 Сприйняття шкільних вебсайтів цільовою аудиторією.....	17
2.2 Рекомендації щодо оптимізації шкільних вебсайтів.....	23
ВИСНОВКИ.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30
ДОДАТКИ.....	34

ВСТУП

Вебсайт загальноосвітнього навчального закладу є своєрідною візитівкою школи у всесвітній мережі. В умовах реформи шкільної освіти України, зокрема поділу закладів середньої освіти на гімназії та ліцеї, виникає ситуація, коли середня школа вступає у конкурентну боротьбу. І основним каналом поширення інформації про школу, важливим інструментом створення позитивного іміджу навчального закладу, просування його на ринку освітніх послуг є шкільний вебсайт.

Розробники шкільного сайту мають враховувати його багатофункційність. Передусім він виконує іміджево-рекламну функцію. Окрім цього, розміщена на сайті інформація є дієвим засобом організації робочого процесу освітнього закладу, зокрема, навчального, методичного, виховного, розважального його компонентів тощо. Вона націлена на широкий загал, що складається зі вчителів, учнів та їхніх батьків, адміністрації школи. Сайт має активно сприяти налагодженню взаємодії між усіма цими групами людей, бути ефективним каналом внутрішньої та зовнішньої комунікації.

Теоретичні засади дослідження становлять наукові розвідки і студії вітчизняних і зарубіжних науковців, які присвячено проблемам розвитку новітніх медіа (І. Артамонова [1], Н. Білан [4], Л. Городенко [5; 6], І. Мащенко [15], О. Мелещенко [15], Є. Романенко [17], В. Рябічев [18], О. Самуляк [20], О. Ситник [21], О. Янішевська [24]), типології інтернет-ЗМІ (О. Колісник [10], І. Тонкіх [22]) і, зокрема, шкільним вебсайтам (Л. Клименко [9], П. Д. Акваро і М. Демарко (P. D. Acquaro and M. DeMarco) [25], Д. Тьюбін і С. Клейн (D. Tubin, S. Klein) [31]). Питання розробки шкільних вебсайтів ґрунтовно досліджують І. Балик [2], М. Бистрянцев [3], Н. Задорожна [8], Н. Ласкова [13], О. Марковець, А. Пелешишин, Ю. Форкун, Д. Делечук [14]. Шкільні вебсайти як складова освітнього простору розглядаються у роботах Т. Дерби [7],

О. Комаровського [11], Г. Крохмальної [12], А. Ротема і А. Остер-Левінца (A. Rotem, A. Oster-Levinz) [28], К. Таддео і А. Барнса (C. Taddeo, A. Barnes) [29], Д. Тавас і С. Білач (D. Tavas, S. Bilac) [30]).

Актуальність роботи. Українські шкільні вебсайти виникли відносно недавно, якщо порівнювати з аналогічними інтернет-ресурсами європейських країн. Тому дослідження європейського досвіду створення шкільних вебсайтів, компаративний аналіз українських і європейських сайтів шкіл та проведення емпіричного дослідження сприйняття дизайну, контенту і динаміки сайтів та зручності користування ними цільовою аудиторією (учні, батьки, вчителі) є актуальним.

Мета роботи полягає в аналізі українських шкільних вебсайтів в європейському контексті.

Реалізація мети дослідження передбачає вирішення низки **завдань**:

- з'ясувати функціональні особливості шкільного вебсайту як каналу комунікації;
- визначити критерії оцінювання шкільного вебсайту в аспекті впливу на цільову аудиторію;
- здійснити порівняльний аналіз українських та європейських шкільних вебсайтів;
- провести емпіричне дослідження сприйняття українських та європейських шкільних сайтів цільовою аудиторією;
- на основі результатів емпіричного дослідження сформулювати рекомендації щодо оптимізації та модернізації шкільних сайтів.

Об'єктом дослідження є шкільні вебсайти України (м. Київ, м. Полтава і м. Кременчук) та європейських країн (Великої Британії, Естонії, Латвії, Литви, Німеччини, Польщі, Угорщини, Чехії).

Предметом дослідження є відповідність сайтів критеріям ефективності в аспекті впливу на цільову аудиторію.

Для вирішення поставлених завдань та досягнення мети використано комплекс **методів дослідження**:

теоретичні – аналіз і синтез, індукція і дедукція, порівняння, аналогія, зіставлення – для з'ясування стану розробленості проблеми, визначення поняттєво-категоріального апарату; узагальнення та систематизації наукових положень;

спеціальні – компаративний – для порівняння шкільних вебсайтів;

емпіричні – опитування – для виявлення сприйняття шкільних вебсайтів цільовою аудиторією;

методи математичної статистики – для кількісного та якісного аналізу емпіричних даних за допомогою методів описової статистики (групування показників і побудова гістограм).

Такий комплексний підхід забезпечує проведення всебічного аналізу обраної теми.

Експериментальна база дослідження. Дослідно-експериментальну роботу було здійснено у Кременчуцькому ліцеї № 30 «Олімп» імені Н. М. Шевченко. Для опитування було обрано 60 осіб (20 учнів 10–11 класів, 20 батьків, 20 учителів).

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що вперше проведений комплексний компаративний аналіз українських і європейських шкільних вебсайтів.

Практична цінність роботи зумовлена тим, що її результати можуть бути використані для оптимізації та модернізації шкільних сайтів, а також на факультативних заняттях та спецкурсах із журналістики.

Апробація роботи. Основні положення й результати дослідження обговорені на засіданні об'єднання творчих учнів «Інтелект».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 45 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ШКІЛЬНИЙ ВЕБСАЙТ ЯК КАНАЛ КОМУНІКАЦІЇ

1.1 Функціональні особливості шкільного вебсайту та критерії його оцінки

Шкільний вебсайт є складовою соціальних комунікацій. Саме вони як засіб існування та передавання цінностей і норм культури визначають рівень культури суспільства та особливості функціонування суспільної сфери [4, с. 174]. Соціальні комунікації впливають на характер виробничої діяльності, форму міжкультурних відносин, тенденції історичного розвитку та специфіку соціальної структури суспільства [17].

Вебсайт освітнього закладу – це засіб для налагодження взаємодії з органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, засобами масової інформації, поріг для входження в національний і світовий освітній простір [23, с. 3].

Вебсайт школи є багатофункціональним засобом. Як зазначає Л. Клименко, сучасна школа поряд з основним призначенням – навчати та виховувати дітей – має бути осередком інформації, яка зацікавить громадськість, батьків, педагогів та учнів. З розвитком мережі Інтернет у шкіл з'явилися необмежені презентаційні можливості та здатність отримувати додаткову інформацію про навчальні заклади України та зарубіжжя, переймати їх досвід для покращення якості вітчизняних освітніх послуг. Варто зазначити, що створення шкільного сайту безпосередньо залежить від статусу навчального закладу та поставлених ним цілей, серед яких домінантні: формування іміджу, взаємодія з цільовою аудиторією, внутрішня взаємодія, маркетингові комунікації (реклама, створення сприятливої громадської думки) [9, с. 169].

Вебсайт школи належить до інформаційно-комунікаційних технологій, він значно посилює вертикальні й горизонтальні зв'язки між суб'єктами освітянського простору [7].

Шкільний сайт як електронний представник школи в мережі Інтернет є ваговою складовою інформаційного простору навчального закладу. Його створення – це крок до відкритості шкільного навчально-виховного процесу, що сприяє приверненню уваги громадськості, батьків до питань формування і реалізації освітньої політики школи [13, с. 32].

На думку О. Комаровського, будь-яка подія, що стосується закладу освіти, повинна не залишатися в його стінах, так би мовити «для внутрішнього використання», а ставати відомою якомога ширшому колу громадськості, стимулюючи подальший інтерес до діяльності навчального закладу і формуючи стійку позитивну громадську думку відносно нього [11, с. 93].

Освітній потенціал шкільного вебсайту, як стверджує І. Балик, чималий, оскільки дозволяє здійснювати дистанційне навчання; використовувати нетрадиційні методики навчання; розглядати матеріал, на вивчення якого в шкільній програмі виділено замало часу; використовувати матеріал, підготовлений учнями; здійснювати самоперевірку учнів; обговорювати питання та проблеми [2, с. 16]. Сайти шкіл надають широку інформацію про навчальний процес. Відображені інформація про школу, розклад, методична робота, виховна робота, основна інформація про вчительський колектив, проектна діяльність, міжнародна співпраця, фотогалерея [12, с. 105].

Така інформаційна насиченість шкільного вебсайту дозволяє А. Ротему і А. Остер-Левінцу охарактеризувати його як автентичне навчальне середовище для учнів, яке задовольняє потреби викладання і навчання, а також підтримку організаційного управління [28, с. 145].

П. Д. Акваро і М. Демарко зазначають, що змістовний шкільний вебсайт надає не лише доступ до інформації, але й спрямований на додаткову допомогу та підтримку учня. Крім того, вебсайт може сприяти розвитку наукових досліджень учнів. Індивідуальний розвиток шкіл вебсайтів слід

розглядати як можливість для публікації учнівських робіт і може бути мотивуючим фактором досягнень [25, с. 44].

Сайт школи – це засіб для створення іміджу, залучення педагогічних кадрів та учнів, організація взаємодії з іншими освітніми установами, реклама тощо. Життєдіяльність школи, проведення різноманітних заходів та свят, участь в міжнародних проектах, результативність навчально-виховного процесу – все це слід відображати на власних Інтернет-сторінках. За допомогою сайту школярі можуть відвідувати заняття дистанційно, вчителі – дізнаватися про майбутні педради, розміщувати інформацію про проведені конференції і багато іншого. Шкільні сайти повинні бути по суті віртуальною школою. Це значною мірою полегшить батькам вибір навчального закладу для дитини, оскільки їм не потрібно буде їздити містом в пошуках школи, а лише ознайомитися зі шкільним сайтом, з якого можна зробити висновок про успішність учнів та досягнення школи, рівень педагогічного колективу, а основне – рівень навчальних досягнень учнів, які там навчаються [14, с. 201].

Шкільні вебсайти – це громадські сайти, які вітають зовнішній світ у школі та знайомлять учнів і батьків з важливою інформацією про школу. Вебсайт школи часто стає першим враження від школи, яке отримують батьки. Через це необхідно, щоб сайти були оновлені і відображали цілі та ідеали школи. Сайти повинні підтримувати навчальні цілі школи [26]. Отже, шкільні вебсайти створюють освітні умови та надають можливість трансформувати та покращити досвід навчання.

Д. Тавас та С. Білач підкреслюють необхідність інтерактивності шкільних вебсайтів. Часто школи роблять основний акцент на пропаганді шкільної діяльності та успіхів, історії школи, в той час як поради батькам і учням, а також обмін думками, на жаль, не є пріоритетом. Школи вважають, що резюме вчителів, оголошення батьківських зустрічей або меню шкільної їдальні не мають значення для батьків. Ці факти вказують на те, що шкільні вебсайти наразі є скоріш онлайн-доводками, ніж реальною можливістю для спілкування [30, с. 31].

Сайт школи може бути використаний як канал спілкування для різних груп цільової аудиторії, таких як вчителі, батьки, учні (у тому числі й потенційні). Це означає відкриття дискусійних груп, створення секції обговорення для надання відповідей після відкритих вечорів і батьківських зборів, завантаження розділу з відповідей на поширені запитання і надання можливості листування електронною поштою з директором і вчителями. Таким чином, співробітники школи можуть дізнатися, що люди дійсно думають про школу, виявляти помилки, якщо вони відбуваються, і збирати інформацію, яка допоможе залучити нинішніх і майбутніх учасників.

Шкільний вебсайт має бути спрямований на окремі специфічні сегменти цільового ринку, як, наприклад, на учнів спеціальної освіти та певних меншин, що означає відкриття спеціальних розділів для них на вебсайтах. Це має бути розділ іншою мовою (для іноземців чи національних меншин) або спеціальне програмне забезпечення, що дозволяє користуватися сайтом людям з обмеженими можливостями (наприклад, аудіо читання для незрячих учнів) та інші розділи. Отже, школа не лише обслуговує ці групи, але й надає додаткові послуги потенційним учасникам і підвищує престиж та імідж як прогресивна та інноваційна школа.

Сучасні електронні ресурси, окрім основної можливості розміщення текстової інформації, мають функцію додавання підкастів та транслявання аудіо- й відеоінформації, розміщення ілюстративного матеріалу, проведення опитувань, сервіс миттєвих повідомлень та додавання коментарів тощо [24, с. 205]. Чим ширше задіяні технічні можливості, тим більшу популярність може здобути шкільний вебсайт.

Враховуючи сучасні вимоги до сайту, Д. Тьюбін і С. Клейн наполягають на тому, що його створення потребує професійного підходу. По-перше, для його запуску потрібен вебмайстер. Завданням вебмайстра є оновлення вмісту, відповідь на запитання та усунення несправностей. По-друге, вебсайт потребує учасників контенту. Це означає постійне збирання актуальної та привабливої інформації, інакше кількість тих, хто відвідує

шкільний сайт і шукає інформацію, буде скорочено. Нарешті, управління вебсайтом набагато полегшується, якщо школа має достатні фінансові ресурси для найму фірми та оплати професійних послуг. Якщо ні, то професійні вчителі повинні працювати за допомогою платформи, користуванням якою вони повинні бути навчені заздалегідь і надалі матеріально стимульовані. Підбиваючи підсумки, Д. Тьюбін і С. Клейн жартують, що школи, які мають вебсайт, подібні до героя Мольєра, який протягом усього свого життя говорив прозою й навіть не знав про це [31, с. 204].

Отже, шкільний вебсайт є дієвим маркетинговим інструментом. Для того, щоб створити з нього досконаліший засіб, потрібно усвідомлювати переваги та обмеження шкільного вебсайту. Як тільки це буде досягнуто, безумовно, доцільно інтегрувати вебсайт у стратегічний план школи.

Варто зауважити, що вигляд, наповнення сайтів та їх функціонал значно варіюють за різними умовами. У зв'язку з цим виникає потреба чіткого розуміння того, що є ефективним вебсайтом, який надає школі можливості для впровадження інновацій у викладання та навчання, і доповнює роботу школи, тобто визначення критеріїв оцінки шкільних вебсайтів.

В Україні цим питанням опікується Інтернет Асоціація України (ІнаУ), організація, що була створена в листопаді 2000 року з метою консолідації зусиль всіх зацікавлених сторін у розвитку Інтернету в Україні. 2011 року Асоціація започаткувала конкурс на кращий вебсайт закладу освіти. Показники прогресивних шкільних вебсайтів були ідентифіковані шляхом дедуктивного аналізу контенту і технічних можливостей вебсайтів. Критерії оцінки вебсайтів закладів освіти, запропоновані ІнаУ, наведені у додатку А.

Специфіка нашого дослідження зумовила необхідність певного коригування критеріїв. Спираючись на методику оцінювання ІнаУ, ми дещо її модифікували, а саме – поміняли місцями критерії, висунувши на першу

позицію дизайн вебсайту, адже, на наш погляд, привабливість сторінки, її вишуканість і креативність є першим, на що звертають увагу користувачі.

Таким чином, оцінювання шкільних вебсайтів у нашому дослідженні здійснювалося за наступними критеріями: 1) дизайн; 2) контент; 3) зручність користування; 4) динаміка.

1.2 Українські та європейські шкільні вебсайти: дотримання критеріїв у аспекті впливу на цільову аудиторію

Об'єктом дослідження стали шкільні вебсайти України (м. Київ, м. Полтава і м. Кременчук) та європейських країн (Великої Британії, Естонії, Латвії, Литви, Німеччини, Польщі, Угорщини, Чехії). Вибір саме цих країн був зумовлений прагненням до репрезентативності: ми обрали дві країни «старої» Європи (Велика Британія і Німеччина), три відносно молодих члени ЄС (Польща, Угорщина, Чехія) і три країни колишнього радянського простору (Естонія, Латвія, Литва), що порівняно недавно увійшли у ЄС, і стартові умови яких були подібні до українських. Вибір вітчизняних ресурсів здійснювався таким саме чином: ми досліджували вебсайти шкіл столиці, обласного центру і свого міста.

Загальна кількість досліджуваних шкільних вебсайтів склала 54 одиниці (шість сайтів кожної країни).

Аналіз шкільних вебсайтів за першим критерієм (дизайн) довів, що європейські вебсайти докорінно розрізняються з українськими аналогами. Найбільш вишуканими, яскравими й привабливими, на наш погляд, виявилися сайти шкіл Великої Британії, Чехії та Латвії (див. додаток Б, у якому наведено головні сторінки шкільних вебсайтів цих країн).

Усі фото й відео, які використовуються на сайтах названих країн, створені професіоналами. Зазвичай, на першій сторінці подане слайд-шоу. Обов'язковим є викладення на першу сторінку промо-ролику школи. Досить часто використовується анімація. Так, наприклад, завантажуючи сайт британської Emanuel School, ви бачите, як на екрані виникають дорога,

дерева, будівля школи, дівчина і хлопець, які йдуть до школи, надалі – слоган «Creating your future» (додаток В).

Зауважимо, що акцент робиться на фото щасливих дітей, які навчаються, грають, святкують. І це цілком вірно, адже людина, що дивиться сайт, не цікавиться стінами чи підлогою, вона цікавиться тим, як буде почуватися вона сама чи її дитина у школі. Тому стіни чи будівля без людей не лише не приваблюють, а навіть відлякують. Такої помилки припускаються розробники шкільних сайтів з Німеччини, Естонії та України. Наприклад, Кременчуцький ліцей № 11 зробив професійне з точки зору ІКТ слайд-шоу, проте світлина для нього знімали явно не фахівці – на усіх без винятку фото немає жодної людини (додаток Д).

Польські та українські шкільні вебсайти вирізняються занадто офіційним та морально застарілим візуальним образом, який не відповідає сучасним вимогам (додаток Е). У аналізованих нами зразках не зустрілося використання відео й анімації, максимум засобів – це слайд-шоу та рухомий рядок. Так, оперативні новини у вигляді рухомого рядка наведені на сайті Київської гімназії східних мов № 1 (<http://kgsm1.kiev.ua/>).

Технічні показники, серед яких В. Савончак виокремлює графіку, швидкість завантаження сторінок, чіткість, зовнішні та внутрішні посилання, ієрархію матеріалів, поділ матеріалів на окремі сторінки та ін. [19], на усіх проаналізованих нами шкільних вебсайтах загалом були на належному рівні.

Аналіз шкільних веб сайтів за другим критерієм (контент) довів, що найбільш чітко і докладно інформація подається на шкільних вебсайтах Великої Британії, Німеччини, Угорщини, Естонії.

Угорські шкільні сайти велику увагу приділяють актуальним новинам. Іноді на день з'являється по декілька матеріалів. Вебсайт Alternatív Közgazdasági Gimnázium (<https://www.akg.hu/>) взагалі виглядає як справжній новинний портал чи мережева газета (додаток Ж), адже усю площу головної сторінки займають анонси подій, новини навчального закладу, фото. Кожен матеріал має автора й навіть фотокореспондента. Такий шкільний сайт стає

повноцінним комунікативним каналом – він надає цільовій аудиторії докладну інформацію про життя школи: наукові, культурні та спортивні заходи, досягнення й успіхи тощо.

На британських шкільних сайтах новинна інформація теж посідає чільне місце. Зразок оформлення новини на сайті Oaklands Secondary School (<http://www.oaklands.towerhamlets.sch.uk>) наведено у додатку Ж. Новини оформлені згідно з вимогами до журналістських матеріалів, фото зроблені професійно. Отже, рубрика «Новини» пересічного британського шкільного сайту за якістю оформлення матеріалів не поступається справжнім ЗМК.

До традиційної історії школи та новинної частини часто додаються відомості про спеціальні послуги. Так, на сайті Мюнхенської Данте-Гімназії (<https://dante-gymnasium.de/>) створено окремий розділ, присвячений інклюзії. Потенційним учням та їхнім батькам доводять до відома інформацію щодо навчання дітей з обмеженими можливостями.

Також на шкільних сайтах Німеччини та Естонії завжди подається актуальний розклад занять, опис проєктів, навіть актуальне меню шкільної їдальні. Ось, наприклад, чим годували учнів у естонській і матсальській школі (<https://ilmatsalu.edu.ee/>) 29.04.2019 року:

ПОНЕДІЛОК

Курячий суп з локшиною

Хліб, вівсянка

Молоко (2.5%)

Меню подається на тиждень уперед, що дуже зручно для учнів та батьків. До речі, серед аналізованих українських шкільних вебсайтів лише в одному знайшлася рубрика «Харчування», але там були подані лише Правила здорового харчування.

Українські шкільні сайти загалом не дуже переймаються задоволенням інформаційних запитів цільової аудиторії. Так, навряд чи батьки чи учні зможуть знайти щось цікаве й корисне у занадто офіційних рубриках

вебсайту Спеціалізованої школи №14 ім. С. Ф. Грушевського Оболонського району м. Київ (<http://school14.edukit.kiev.ua/>):

- Інформація про заклад;
- Галереї та документи;
- Спілкування;
- Тести;
- Наші традиції;
- Наша гордість;
- Контакти.

На українських шкільних сайтах додаткова інформація трапляється спорадично. Так, на головній сторінці вебсайту Київської гімназії № 154 (<http://154school.kiev.ua/>) розміщена «Авторська абетка: автори розробок електронних освітніх ресурсів (ЕОР) за алфавітом» – абетка, в якій виділено деякі літери, натискаючи на які, виходиш на перелік методичних матеріалів вчителя, чиє прізвище починається з цієї літери. Можливо, це такий методичний креатив, але навряд чи когось може надихнути читання таблиць з переліком науково-методичних праць. Звичайно, репозитарій методичних розробок вчителів є корисною інформацією, проте розміщувати його на головній сторінці вважаємо недоречним.

Загалом на аналізованих українських шкільних сайтах бракує інформації навчального й енциклопедичного характеру, не використовуються можливості онлайн-тестування зі шкільних предметів. Тобто сайти не є повноцінними складовими навчально-інформаційного середовища закладу освіти.

Третій критерій оцінювання шкільних вебсайтів (зручність користування) дотримується на всіх без винятку європейських сайтах. Інформаційні блоки в них чітко структуровані – на сайтах виокремлені спеціальні зони для учнів, вчителів і батьків, що значно полегшує навігацію і пошук потрібної інформації. Вхід до цих зон, зазвичай, передбачає реєстрацію відвідувача і подальше спілкування у групах.

Така практика присутня й на деяких українських шкільних сайтах, де замість неінформативних рубрик на кшталт «Наша гордість» виникають рубрики «Батькам» і «Учням». Проте, ці рубрики не є зонами для спеціальної комунікації, це звичайні рубрики, які наповнюються контентом, що стосується певної категорії відвідувачів сайту. Окремі рубрики для вчителів на українських шкільних вебсайтах поки що не виділяються – мабуть, педагогічні працівники не розглядаються як учасники комунікації.

Трохи гірша ситуація із впровадженням інструментів зворотного зв'язку, без яких вебсайт не може повноцінно виконувати роль каналу комунікації. Якщо практично усі досліджувані європейські сайти мають функцію зворотного зв'язку (форуми для обговорення, зазвичай, винесені у спільноти у соціальних мережах, посилання на які присутні на сайтах), то у чотирьох з шести аналізованих українських вебсайтів ці інструменти відсутні, три мають функцію зворотного зв'язку (Спеціалізована школа № 14 ім. С. Ф. Грушевського Оболонського району м. Київ, Полтавська гімназія № 6 і Кременчуцький ліцей № 6). На сайті Спеціалізованої школи № 14 ім. С. Ф. Грушевського наявне також опитування і працює функція коментарів. На сайті Кременчуцького ліцею № 6 є відкритий форум.

Четвертий критерій (динаміка) стосується оновлюваності інформації на сайті, активності користувачів на форумах. Середня динаміка оновлення новин на європейських сайтах становить одна новина на два дні. На деяких сайтах (як-от вебсайт угорської Alternatív Közgazdasági Gimnázium або британської Oaklands Secondary School) на день виходить до п'яти матеріалів.

Європейські користувачі активно коментують якість освітніх послуг, ставлять запитання, висловлюють подяку вчителям, іноді критикують навчальні заклади.

На українських шкільних вебсайтах активність дуже низька. На форумі Спеціалізованої школи № 14 ім. С. Ф. Грушевського зафіксовано лише рекламні звернення: відвідувачі пропонують послуги практичного психолога,

оформлення випускного, екскурсій, страхування тощо. Жоден з учнів чи батьків не скористувався можливістю висловитися у коментарях.

Рекорд відвідуваності вебсайту Кременчуцького ліцею № 6 був зафіксований 12.11.2010 р. і склав три особи, на форумі створено нуль тем, зареєстровано всього лише 62 учасники. Цифри говорять самі за себе. На жаль, українські шкільні вебсайти й дотепер не готові до діалогу з відвідувачами, а ті, своєю чергою, не розглядають їх як майданчик для обговорення важливих питань.

Отже, як довів аналіз, європейські сайти значно випереджають українські аналоги за усіма критеріями оцінювання – дизайном, контентом, зручністю користування, динамікою. Українські шкільні сайти не виконують повною мірою свої функції: іміджеву, рекламну, інформаційну, навчальну та виховну.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ І АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Сприйняття шкільних вебсайтів цільовою аудиторією

З метою підвищення об'єктивності порівняльного аналізу українських та європейських шкільних вебсайтів було проведено емпіричне дослідження якості шкільних вебсайтів серед представників різних сегментів цільової аудиторії.

Дослідну роботу було здійснено на базі Кременчуцького ліцею № 30 «Олімп» імені Н. М. Шевченко. Для участі у дослідженні як респонденти були відібрані 60 осіб: 20 учнів 10–11 класів; 20 батьків; 20 учителів.

Під час відбору учасників враховувався їхній рівень медіаграмотності, тобто здатності розуміти й аналізувати процеси функціонування медіа в суспільстві. Медіакомпетентність учасників опитування була дуже важливою задля адекватного та кваліфікованого моніторингу функціонування вебсайтів шкіл, оцінювання їх за визначеними критеріями якості. Також враховувався рівень володіння англійською мовою: учасники дослідження мали володіти англійською на рівні не нижчому, ніж Intermediate, оскільки сайти, які їм необхідно було аналізувати, мали, окрім основної мови, англійську версію.

Дослідження тривало приблизно три місяці (з березня по травень 2019 року), адже респондентам було необхідно проаналізувати достатньо великий масив матеріалів, оцінити за чотирма критеріями 54 шкільні сайти різних країн.

Кожному з учасників дослідження було роздано бланки оцінювання шкільних вебсайтів (додаток К), у яких необхідно проаналізувати й оцінити вебсайти шкіл різних країн за наступними критеріями: дизайн; контент; зручність користування; динаміка. Кожен з виокремлених критеріїв не піддається прямому вимірюванню, а вимагає відповідного аналізу та опосередкованої інтерпретації.

Оцінювання проводилося за п'ятибальною шкалою («0» – «5»), де «0» вважався абсолютно невідповідністю вимогам, а «5» – найвищим рівнем якості шкільного вебсайту за певним критерієм.

У нашому дослідженні під критерієм будемо розуміти ознаку, на підставі якої проводиться оцінювання або визначення результативності навчання; під показником – кількісну або якісну характеристику об'єкта, що описує певну його властивість.

Респонденту надавався комплект з шести бланків (загалом 54 сайти). На кожному бланку у вільному порядку було подано 9 вебсайтів різних країн. Порядок подання країн на різних бланках варіювався. Наприклад, якщо на першому бланку сайти були розташовані так: Німеччина, Україна, Латвія, Чехія, Велика Британія, Литва, Угорщина, Польща, Естонія, то на інших бланках порядок змінювався. Такий спосіб організації матеріалу було обрано для підвищення об'єктивності, адже людині притаманна властивість орієнтуватися на вибудовані ієрархії. Якщо б сайти якоїсь країни були розташовані на першому місці, це могло б вплинути на оцінки респондентів.

Після заповнення бланків респондентами результати опитування оброблялися і оформлювалися у зведені таблиці. У зведених таблицях країни наведені згідно з абеткою.

Для опису отриманих даних була використана сукупність взаємодоповнюючих методів математичної статистики:

- опис і узагальнення первинних результатів за допомогою групування показників і гістограм (методи описової статистики);
- методи індуктивної статистики.

У таблиці 2.1 подано результати оцінювання шкільних вебсайтів різних країн учнівською молоддю (учнями 10–11 класів).

Таблиця 2.1

Оцінювання шкільних вебсайтів різних країн учнівською молоддю

	Дизайн	Контент	Зручність	Динаміка	Разом
Велика Британія	4,8	4,9	4,6	4,8	4,8
Естонія	3,9	3,3	3,6	3,5	3,6
Латвія	4,1	3,8	3,8	4,1	4,0
Литва	3,2	3,2	2,7	2,3	2,9
Німеччина	4,1	4,2	4,1	4,2	4,2
Польща	3,1	3,3	2,9	2,1	2,9
Угорщина	4,6	4,9	4,4	4,8	4,7
Україна	3,1	3,4	2,8	2,1	2,9
Чехія	4,9	4,5	4,6	4,4	4,6

На основі отриманих даних було побудовано рейтинг оцінювання шкільних сайтів різних країн учнівською молоддю (рис. 2.1).

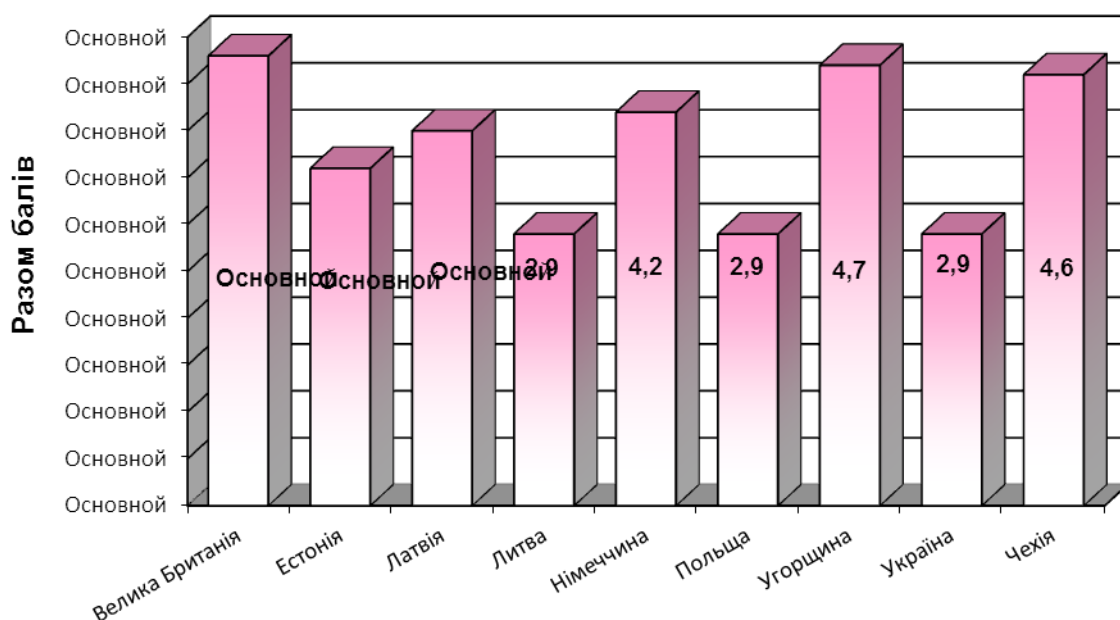


Рисунок 2.1 – Рейтинг оцінювання шкільних сайтів різних країн учнівською молоддю

У таблиці 2.2 подано результати оцінювання шкільних вебсайтів різних країн батьками учнів.

Таблиця 2.2

Оцінювання шкільних вебсайтів різних країн батьками учнів

	Дизайн	Контент	Зручність	Динаміка	Разом
Велика Британія	4,9	4,8	4,4	4,7	4,7
Естонія	3,7	4,5	3,5	3,7	4,1
Латвія	4,2	4,6	3,7	3,9	3,9
Литва	3,1	3,1	2,5	2,4	2,8
Німеччина	3,9	4,5	4,2	4,1	4,2
Польща	3,2	3,1	2,8	1,8	2,7
Угорщина	4,7	4,2	4,5	4,6	4,5
Україна	2,9	3,2	2,7	1,9	2,7
Чехія	4,9	4,2	4,4	4,5	4,5

На основі отриманих даних було побудовано рейтинг оцінювання шкільних сайтів різних країн батьками учнів (рис. 2.2).

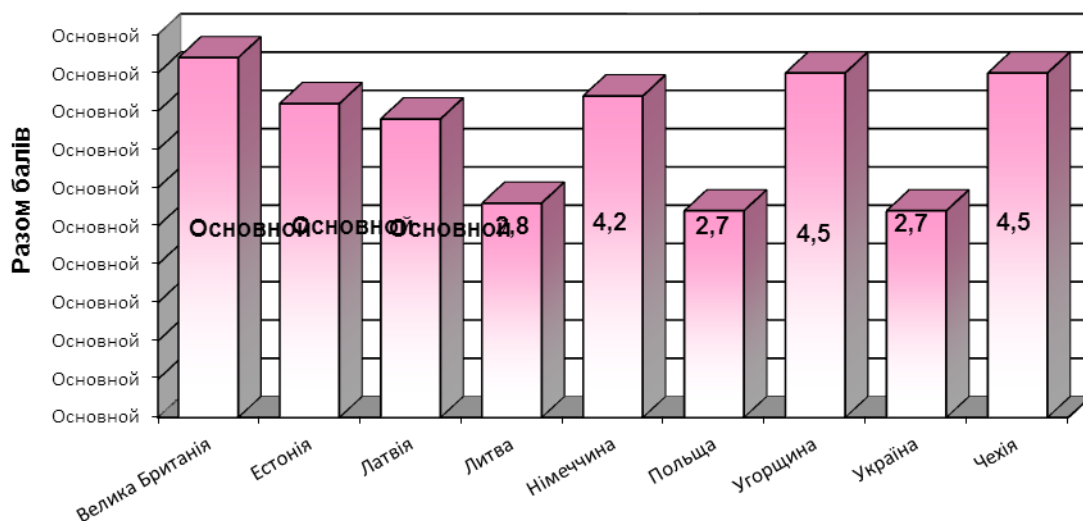


Рисунок 2.2 – Рейтинг оцінювання шкільних сайтів різних країн батьками учнів

У таблиці 2.3 подано результати оцінювання шкільних вебсайтів різних країн учителями.

Таблиця 2.3

Оцінювання шкільних вебсайтів різних країн учителями

	Дизайн	Контент	Зручність	Динаміка	Разом
Велика Британія	4,8	4,7	4,4	4,8	4,7
Естонія	3,7	3,5	3,7	3,6	3,6
Латвія	3,9	3,7	3,7	3,9	3,8
Литва	3,1	2,9	2,8	2,2	2,8
Німеччина	4,3	4,7	4,7	4,5	4,6
Польща	2,9	2,9	3,1	2,2	2,8
Угорщина	4,7	4,8	4,2	4,3	4,5
Україна	3,6	3,5	3,4	2,3	3,2
Чехія	4,8	4,1	4,2	4,3	4,4

На основі отриманих даних було побудовано рейтинг оцінювання шкільних сайтів різних країн учителями (рис. 2.3).

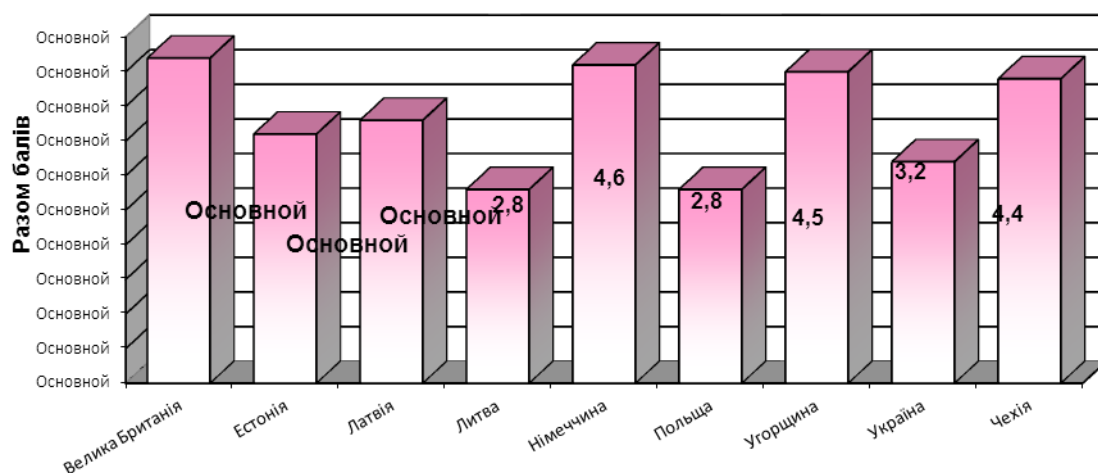


Рисунок 2.3 – Рейтинг оцінювання шкільних сайтів різних країн учителями

Як показало дослідження, респонденти з трьох різних сегментів цільової аудиторії одностайні у виборі лідера рейтингу – шкільні сайти Великої Британії відзначаються як найкращі й учнями, й батьками, й

вчителями. Інші позиції трохи варіюються: учні ставлять на друге і третє місце сайти Угорщини та Чехії, батьки, оцінюючи сайти цих країн однаково, виводять на третє місце Німеччину, а вчителі надають цій країні другу позицію, оцінюючи угорські сайти трохи нижче, ніж німецькі. Вища оцінка німецьких сайтів дорослими респондентами, ніж молоддю, на наш погляд, пояснюється тим, що батьки та вчителі високо оцінюють докладність і зручність шкільних сайтів Німеччини.

Розрізняється залежно від типу респондентів і позиція в рейтингу шкільних сайтів України. Школярі та їхні батьки ставлять українські на останнє місце у рейтингу разом з литовськими і польськими (учні) та польськими (батьки). Учителі ставлять вітчизняним шкільним сайтам дещо вищий бал, оцінюючи їх як кращі, ніж сайти Польщі та Литви. Можливо, це пояснюється цеховою солідарністю, адже вчителі, як ніхто інший, добре розуміють, наскільки складно створювати і підтримувати шкільний вебсайт, наповнювати його актуальною і корисною інформацією.

На основі трьох рейтингів (оцінювання учнівською молоддю, батьками учнів та учителями) було побудовано загальний рейтинг оцінювання шкільних вебсайтів учасниками опитування (рис. 2.4).

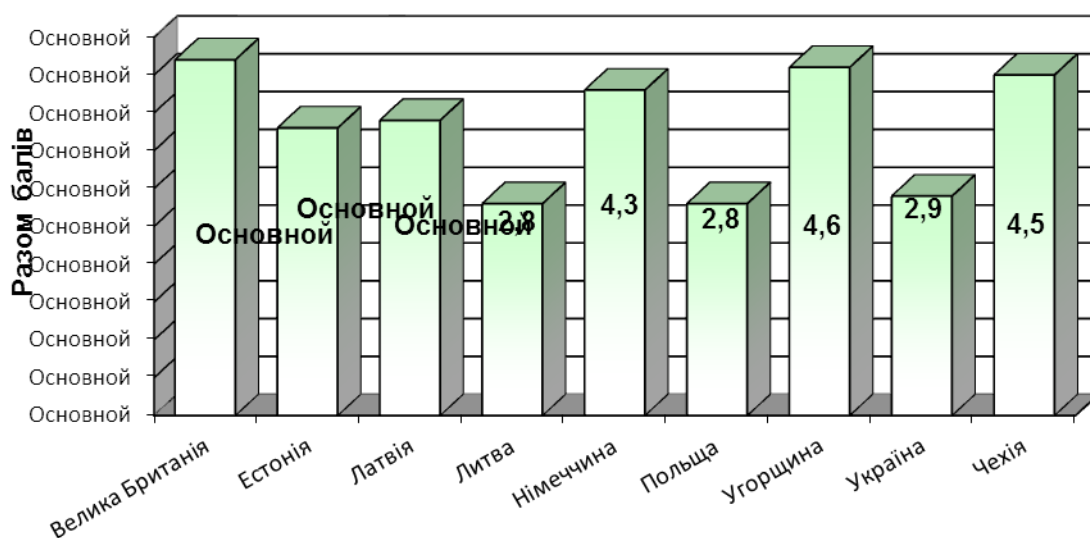


Рисунок 2.4 – Загальний рейтинг оцінювання шкільних сайтів різних країн

Отже, у загальному рейтингу перше місце посіли британські шкільні вебсайти, друге – угорські, третє – чеські. Українські шкільні сайти займають передостаннє місце, випередивши Польщу.

2.2 Рекомендації щодо оптимізації шкільних вебсайтів

На підставі проведеного аналізу сайтів та емпіричного дослідження (опитування) представників різних груп цільової аудиторії шкільних вебсайтів (учнів, батьків та вчителів) було сформульовано комплекс рекомендацій і пропозицій щодо оптимізації та модернізації цього сегменту інформаційного ресурсу закладів освіти.

Перше, на що звертає увагу відвідувач вебсайту – це його дизайн. Сайт має залишати приємне враження, бути позитивним, викликати довіру і повагу до навчального закладу. Креативність і оригінальність оформлення сайту є ефективним засобом впливу на цільову аудиторію. Це давно зрозуміли європейські освітяни. Яскравий візуальний образ, ілюстративна насиченість сайту є дуже важливими.

Сучасний сайт широко користується можливостями комп'ютерного дизайну і графіки: слайд-шоу, відео, анімація, рухомий рядок – ці засоби осучаснюють шкільний сайт, роблять його привабливим для відвідувачів. Сучасні європейські заклади освіти замовляють розробку і підтримку власних сайтів професіоналам, спеціалістам у галузі інформаційно-комп'ютерних технологій і вебдизайну. Фотографії для слайд-шоу обов'язково виконуються професійними фотографами, адже від якості світлин залежить сприйняття не лише сайту, а й закладу освіти загалом. Для посилення позитивного сприйняття сайту на фотографіях мають бути щасливі діти, які навчаються, займаються наукою, мистецтвом чи спортом.

Також поширеним явищем є замовлення промо-ролику школи. Промо-ролик є коротким рекламно-інформаційним фільмом, який презентує заклад освіти, особливості навчання і пропоновані освітні послуги. Відеоролик використовує закони драматургії в рекламних цілях. В його основі лежить

відеосюжет, що містить тріггер і заклик до дії, які потрібні для того, щоб викликати зацікавленість аудиторії. Сучасні можливості відеовиробництва, комп'ютерної графіки й анімації багатогранні. Техніки зйомки, прийоми, принципи, цікаві знахідки, монтаж, звукове рішення, стилістика – все це робота цілого штабу фахівців. Потенційні учні та батьки учнів ототожнюють якість освіти у закладі з якістю того відео, яке вони побачили.

Головна проблема українських шкіл в аспекті забезпечення якості дизайну власних інформаційних ресурсів полягає у недостатньому фінансуванні. Школі бракує коштів задля того, щоб замовити професійний дизайн, фото- й відеозйомку. Звісно, можна залучити для цих цілей спонсорські кошти чи грантові надходження. Проте, насамперед можна було б створити творчу групу з учнів та вчителів, які б працювали над оформленням шкільного вебсайту. Сучасна українська молодь є досить просунутою у новітніх технологіях, серед учнів школи обов'язково є знавці фото- і відеомистецтва. Якщо докладно ознайомитися із кращими європейськими зразками шкільних вебсайтів, ґрунтовно опрацювати зарубіжний і вітчизняний досвід, то створення якісного в аспекті дизайну вебсайту не було б проблемою. Акцентуємо необхідність залучення молоді до цього процесу, адже, оскільки вона є водночас цільовою аудиторією і розробником, то краще розуміє, що саме і як має бути репрезентовано на шкільному сайті.

Друга рекомендація стосується інформаційного наповнення сайту, тобто контенту. Тут мають бути поєднані зусилля педагогічного колективу й учнівського активу школи. Учителям необхідно наповнити шкільний сайт сучасним навчально-методичним контентом, розробити навчальні комплекси з предметів із сервісами онлайн-тестування, викласти на сайті електронні журнали з оцінками тощо. Також можна додати посилання на блоги і сторінки вчителів у соціальних мережах.

Заступники директора мають оновляти на сайті розклад занять. Працівники шкільної бібліотеки можуть створити віртуальну бібліотеку.

Відповідальним за харчування варто викладати на сайті актуальне меню шкільної їдальні.

Необхідним вважаємо створення творчих груп учнів, яким цікава журналістська діяльність. Вони під керівництвом педагогів мають наповнювати сайт оперативною інформацією. Важливим є розширення жанрової палітри сайтів – тут можуть бути не лише замітки, анонси і оголошення, але й фото- й відеорепортажі з культурних, наукових і спортивних заходів, рейтинги і моніторинги, інтерв'ю, звіти, опитування, поради тощо. За допомогою бібліотекарів кореспонденти шкільного сайту можуть створювати анотації надходжень до шкільної бібліотеки, відео рецензії книг, буктрейлери. Ця діяльність є потужним фактором популяризації сайту серед учнівської молоді, а також мотивацією до навчання і самовдосконалення.

Не варто забувати про батьків. Сучасний рівень поширення гаджетів серед українського населення дозволяє батькам вийти на сайт з мобільного телефону в будь-який час з будь-якого місця. Для них на сайті школи має бути окремий інформаційний блок, де варто розмістити інформацію про успішність дітей, батьківські збори, зустрічі і бесіди, конкурси, змагання, заходи, у яких мають брати участь батьки, оперативні оголошення, психологічні поради тощо.

Зручність користування сайту забезпечується ще у процесі його розробки. Тому, міркуючи над концепцією оновлення шкільного сайту, розробники мають ретельно продумати його побудову, зробити її логічною і зрозумілою, передбачити зручність елементів управління та меню. На наш погляд, європейський досвід чіткого виокремлення у межах сайту окремих зон для учнів, батьків і вчителів заслуговує на увагу. Він дозволяє відвідувачу швидше орієнтуватися на сайті, полегшує пошук потрібної інформації.

Доцільно також одразу на етапі створення закласти можливості зворотного зв'язку, опції для опитування з важливих питань і форуми для

обговорення. Це сприятиме налагодженню як внутрішньої, так і зовнішньої взаємодії.

Проте розробка художньо і технічно досконалого шкільного вебсайту і наповнення його контентом не є запорукою успіху без постійного оновлювання інформації. Якщо на головній сторінці сайту бачимо неактуальну назву навчального закладу сайті, а останні новини датуються минулим місяцем, то бажання відвідувати цей сайт втрачається, а довіра і повага до навчального закладу знижується. Терміни оновлення інформації на шкільних сайтах, звісно, не такі, як у ЗМК, але мають наближуватися до них, адже відвідувач повинен відчувати насиченість шкільного життя, його яскравість і різноманітність. Форуми мають бути активними. Також необхідно налагодити механізми підтримки спільноти користувачів сайту.

Комплекс запропонованих рекомендацій допоможе зробити шкільний вебсайт ефективним інструментом маркетингу та реклами, засобом створення позитивного іміджу закладу освіти.

ВИСНОВКИ

Сучасний шкільний вебсайт є багатофункційним каналом комунікації. До його функцій належать іміджево-рекламна, інформаційна, навчальна, виховна. Невипадково на першу позицію винесена функція створення позитивного іміджу школи і просування її на ринку освітніх послуг. В умовах виникнення конкуренції між закладами середньої освіти вебсайт стає потужним інструментом маркетингової політики, адже він є одним з маркерів, за яким потенційні учні та батьки обирають навчальний заклад.

Критерії оцінювання шкільних вебсайтів, що були використані у даному дослідженні, сформовані на підставі критеріїв оцінювання вебсайтів закладів освіти, розроблених Інтернет Асоціацією України (ІнАУ). Як критерії було обрано такі: дизайн, контент, зручність користування та динаміку вебсайту.

Проведений компаративний аналіз українських і європейських шкільних вебсайтів довів переваги та недоліки сайтів різних країн. Європейські сайти використовують професійний дизайн, залучають фахівців для фото- і відеозйомки, створення промо-роликів і анімації. Найякіснішими в аспекті дизайну є сайти Великої Британії та Чехії. Дослідження контенту сайтів показало, що угорські шкільні сайти приділяють багато уваги оперативним новинам, наближуючись до регіональних ЗМК. Німецькі та естонські сайти вирізняються увагою до цільової аудиторії, розміщенням важливої додаткової інформації. Європейські сайти мають зручну навігацію, чітку продуману побудову, що полегшує користувачу пошук потрібної інформації. Сайти часто оновлюються.

Аналіз українських шкільних сайтів виявив наявність певних недоліків, Передусім це стосується дизайну й контенту. На сайтах майже не використовується відео та анімація. Новини є одноманітними. Бракує навчально-методичного контенту. На жодному сайті не виявлено віртуальних

бібліотек. Оновлюваність сайтів та налагодження зворотного зв'язку теж викликають зауваження.

Емпіричне дослідження сприйняття українських та європейських шкільних сайтів цільовою аудиторією (учнями, батьками і учителями) підтвердило попередні результати порівняльного аналізу. У загальному рейтингу перше місце посіли британські шкільні вебсайти, друге – угорські, третє – чеські. Українські шкільні сайти знаходяться на передостанньому місці, випередивши Польщу. Проте, ми впевнені в тому, що у недалекому майбутньому вітчизняні шкільні сайти вийдуть на рівень чеських і навіть британських, адже Україна має потужний потенціал у галузі інформаційно-комп'ютерних технологій і освіти.

На підставі результатів емпіричного дослідження сформульовано рекомендації щодо оптимізації та модернізації шкільних сайтів. Запропоновано більше уваги приділяти візуальному образу школи на сайті, для чого або залучати фахівців для розробки сайту, або створювати спеціальні творчі групи з учнів і педагогів, які б, враховуючи зарубіжний досвід, намагалися модернізувати вебсайт.

Для урізноманітнення інформаційного наповнення за необхідне вважаємо створення творчих груп учнів, яким цікава журналістська діяльність. Вони під керівництвом педагогів мають наповнювати сайт оперативною інформацією, налагоджувати взаємодію різних представників колективу школи, передусім, працівників бібліотеки. Особливу увагу рекомендовано приділити спеціальному контенту для батьків.

Запропоновані рекомендації сприяють цілісному підходу під час розробки вебсайту для максимально точного відображення ідентичності школи, створення її віртуального образу та ефективного задоволення потреб усіх зацікавлених сторін.

Втім, проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів функціонування шкільних вебсайтів як каналу комунікації та передбачає подальші перспективи. Наукового пошуку потребують такі напрямки: роль

шкільного сайту у рекламі та промоції школи; візуальний ряд шкільного вебсайту; специфіка промо-роликів закладів освіти; можливості запровадження онлайн-тестування на шкільних вебсайтах; специфіка контенту окремих інформаційних блоків для учнів, батьків та учителів; віртуальні бібліотеки на сайтах шкіл.

Подальші дослідження також мають містити комплексну характеристику окремих шкільних вебсайтів. Наукове осмислення зусиль закладів освіти, спрямованих на формування інформаційно-освітнього простору, допоможе визначити важливість вебсайтів шкіл як інструменту комунікації школи з суспільством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артамонова І. М. Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі). *Вісник СумДУ*. 2007. №. 2. С. 5–9.
2. Балик І. В. Особливості розробки шкільного сайту засобами Google sites. *Актуальні питання сучасної інформатики: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Сучасні інформаційні технології в освіті та науці» (10–11 листопада 2016 р.)*. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2016. Вип. 3. С. 14–17.
3. Бистрянцев М. Створення інформаційно-освітнього простору загальноосвітньої школи. *Рідна школа*. 2016. № 10. С. 19–24.
4. Білан Н. І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві. *Наукові записки. Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 171–175.
5. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація. *Актуальні питання масової комунікації*. Київ: Інститут журналістики УКНУ ім. Т. Шевченка, 2013. Вип. 14. С. 65–69.
6. Городенко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси: монографія. К.: Академія Української Преси, 2010. 172 с.
7. Дербя Т. О. Огляд сучасних засобів інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні середньою освітою. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2008. № 4. URL : <http://www/ime/edu-ua.net/em2/emg.html>. (дата звернення: 04.01.2021).
8. Задорожна Н. Т. Підходи до створення та підтримки порталів. *Проблеми програмування*. 2006. № 2–3 [спец. вип.]. С. 569–579.
9. Клименко Л. Ф. Шкільний сайт як інтернет-представництво навчального закладу у відкритому інформаційно-освітньому середовищі. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 50. С. 168–174.
10. Колісник О. М. Типологія інтернет-ЗМІ як журналістичнознавча проблема. *Вісник ХДАК*. 2010. Вип. 30. С. 202–208.

11. Комаровський О. В. Паблік рилейшнз в освітньому просторі. *Активізація креативного потенціалу особистості*: зб. наук.-метод. праць; за ред. Третяченко В. В. (гол. ред. кол.), Гладушиної Р. М., Сорочан Т. М., Філіппова В. Л. [та ін]. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. С. 92–95.
12. Крохмальна Г. І. Сучасні тенденції навчальної комунікації вчителя початкової школи. *Наступність до шкільної та початкової освіти в контексті соціальної мобільності*: матеріали теор.-практ. семінару (20 січня 2017 р.). Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. С. 104–107.
13. Ласкова Н. О. Шкільний сайт як вагома складова єдиного інформаційного освітнього простору навчального закладу. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2012. №3. С. 32–35.
14. Марковець О. М., Пелецишин А. М., Форкун Ю. В., Делечук Д. В. Інтелектуальні засоби організації сайтів шкіл на базі CMS Drupal. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі*. 2010. № 689. С. 201–209.
15. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа: словник-глосарій термінів і виразів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ. міжнар. ун-т. – К.: [б. в.], 2007. 417 с.
16. Мелещенко О. К. Інтернет-технології в сучасній журналістиці: моделі та практика: навч. посіб. К. : КиМУ, 2005. 385 с.
17. Романенко Є. Комунікація як необхідна складова розвитку сучасного суспільства. *Демократичне врядування: науковий вісник*. 2012. Вип. 9. URL : <http://www.lvivacademy.com/visnik9/fail/Romanenko.pdf> (дата звернення: 04.01.2021).
18. Рябічев В. Л., Каранов Є. О. Мультимедіа в інтернет-журналістиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2010. Т. 40. С. 67–70.
19. Савончак В. Я. Особливості структури журналістського сайту: на прикладі порталу gisu.org.ua. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер.: Соціальні комунікації*. 2013. № 1074. Вип. 5. С. 22–26.

20. Самуляк О. Інтернет-журналістика України: історичний аспект. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. 2013. № 3 (3). С. 106–111.
21. Ситник О. Новинні портали як новітня платформа українського інформаційного простору. *Український інформаційний простір*. 2016. № 4. С. 182–189.
22. Тонкіх І. Ю. Проблема типології інтернет-ЗМІ. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. Запоріжжя. 2010. № 2. С. 80–84.
23. Функціонування сайту установи (закладу) освіти. Рекомендації працівникам районних (міських) методичних кабінетів (науково-методичних центрів), відповідальним за координацію освітнього веб-простору, адміністраторам сайтів установ та закладів освіти / укл.: Козлов О. Є., Тимчук О. В. Полтава: ПОППО, 2015. 24 с.
24. Янішевська О. В. Напрями дослідження та перспективи регіональних інтернет-ЗМІ України. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 203–208.
25. Acquaro P. D., DeMarco M. An Exploratory Case Study: What Makes a Good School Website: Investigation of Long Island School District Website Homepages Across Socioeconomic Status. New York Institute of Technology, 2008. URL: http://www.mariannedemarco.com/academic/graduate_ms/Thesis.pdf.
26. Guidelines for School Websites. URL: <https://www.stlucie.k12.fl.us/pdf/website-guidelines.pdf>.
27. Clyde A. School library web sites. *Teacher Librarian*. 2000. No. 28(2). pp. 51–53.
28. Rotem A., Oster-Levinz O. The school website as a virtual learning environment. *The Turkish Online Journal of Educational Technology. TOJET*. 2007. Vol. 6. Iss. 3. pp. 145–156.
29. Taddeo C. The school website: Facilitating communication engagement and learning. *British Journal of educational technology*. 2016. Vol. 47. Iss. 2. pp. 223–436.

30. Tavas D. School websites: a possibility of cooperation with parents? / D. Tavas, S. Bilac // Metodicki obzori. – 2011. – No. 12. – Vol. 6. – pp. 23–33.
31. Tubin D. Designing a school Website: contents, structure, and responsiveness / D. Tubin, S. Klein // Planning and Changing. – 2007. – No. 3–4. – Vol. 38. – pp. 191–207.

ДОДАТКИ

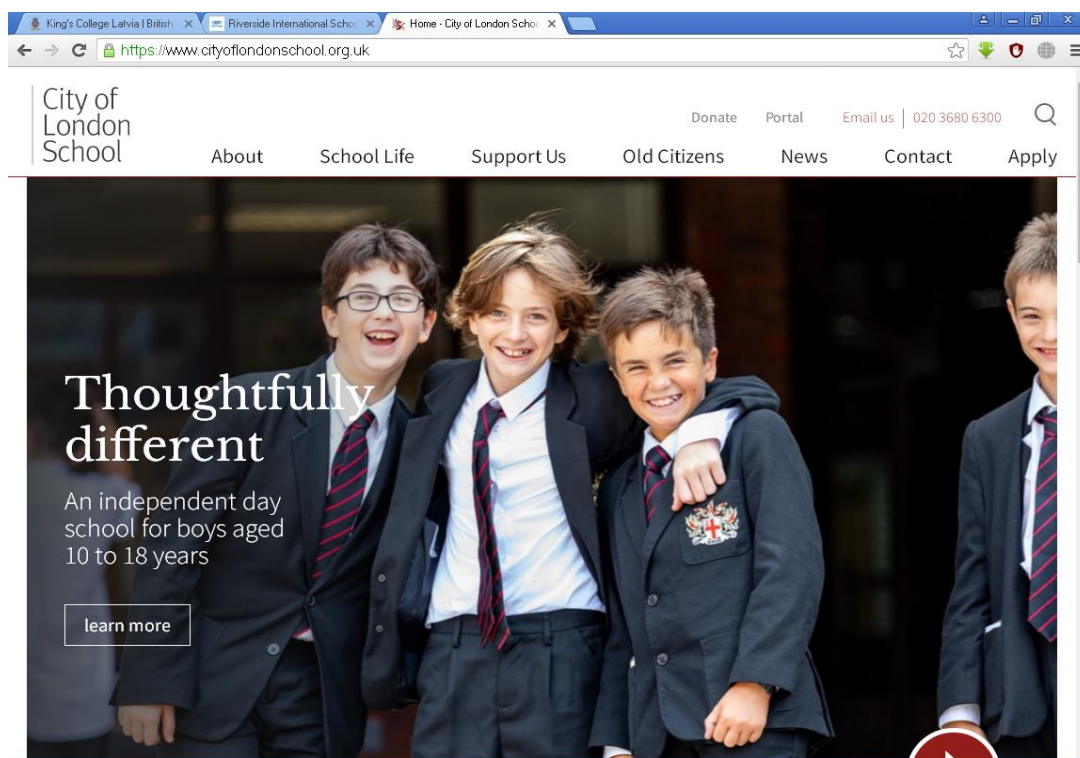
Додаток А

Критерії оцінювання вебсайтів закладів освіти на Конкурсі на кращий вебсайт закладу освіти Інтернет Асоціації України (ІНАУ)

- 1) Контент: · якість анонсування подій та новин навчального закладу; · опис майбутніх кваліфікацій, спеціальностей; · опис умов вступу та навчання; · інформація про викладацький склад; · інформація для випускників; · опис проектів навчального закладу; · опис навчальних предметів, розклад занять, інвентар, необхідний для занять; · наявність та зручність користування віртуальною бібліотекою; · огляд додаткових послуг, які можна отримати при навчальному закладі; · наявність і доступність рубрики «контакти»; · наявність адреси, карти проїзду; · наявність інформації про дату створення сторінок; · наявність інформаційних матеріалів про права людини; · відсутність реклами.
- 2) Зручність: · зручність елементів управління та меню, переходів та відкривання посилань; · читабельність інформації, дотримання належного стилю її викладу; · використання правильних заголовків та ключових слів; · легкість пошуку інформації; · простота і швидкість реєстрації в разі потреби реєстрації; · наявність карти сайту; · наявність навігаційної стежки (показує місцезнаходження користувача на сайті); · інструменти зворотного зв'язку, наявність форумів, блогів, тощо; · наявність категоризації сторінок; · можливість публікації коментарів під сторінками; · наявність стрічок новин RSS; · наявність послуг поширення посилань (через мережі Twitter, Facebook тощо); · наявність версії сторінок «для друку»; · можливість відправки сторінок через е-мейл; · встановлення «ролей» для користувачів (наприклад можливість редагування сайту).
- 3) Динаміка: · час створення сайту; · динаміка оновлення інформації; · терміни оновлення інформації; · активність на форумах, блогах; · наявність механізмів підтримки спільноти користувачів сайту; · наявність онлайн-зошитів.
- 4) Дизайн та технічні показники: · оригінальність та творчий характер; · інноваційність і креативність; · простота, неперевантаженість і вишуканість дизайну; · наочність і зрозумілість викладеної інформації; · час і швидкість завантаження сайту, додаткової інформації, що міститься у посиланнях; · зрозумілість та легкість запам'ятовування доменного імені; · потреба завантажувати додаткове програмне забезпечення для перегляду певної інформації; · грамотність при викладі матеріалу; · популярність (встановити на сайтах лічильники для підрахунку кількості та якості відвідувачів).

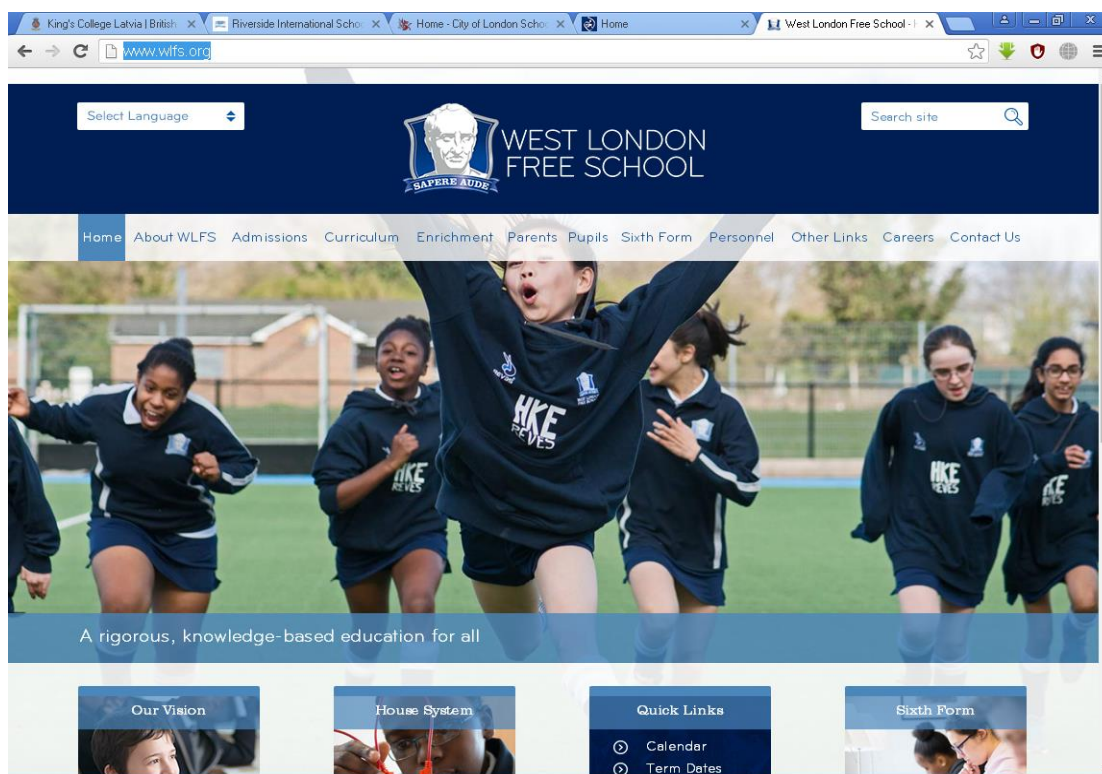
Головна сторінка City of London School (Велика Британія)

(<https://www.cityoflondonschool.org.uk/>)



Головна сторінка West London Free School (Велика Британія)

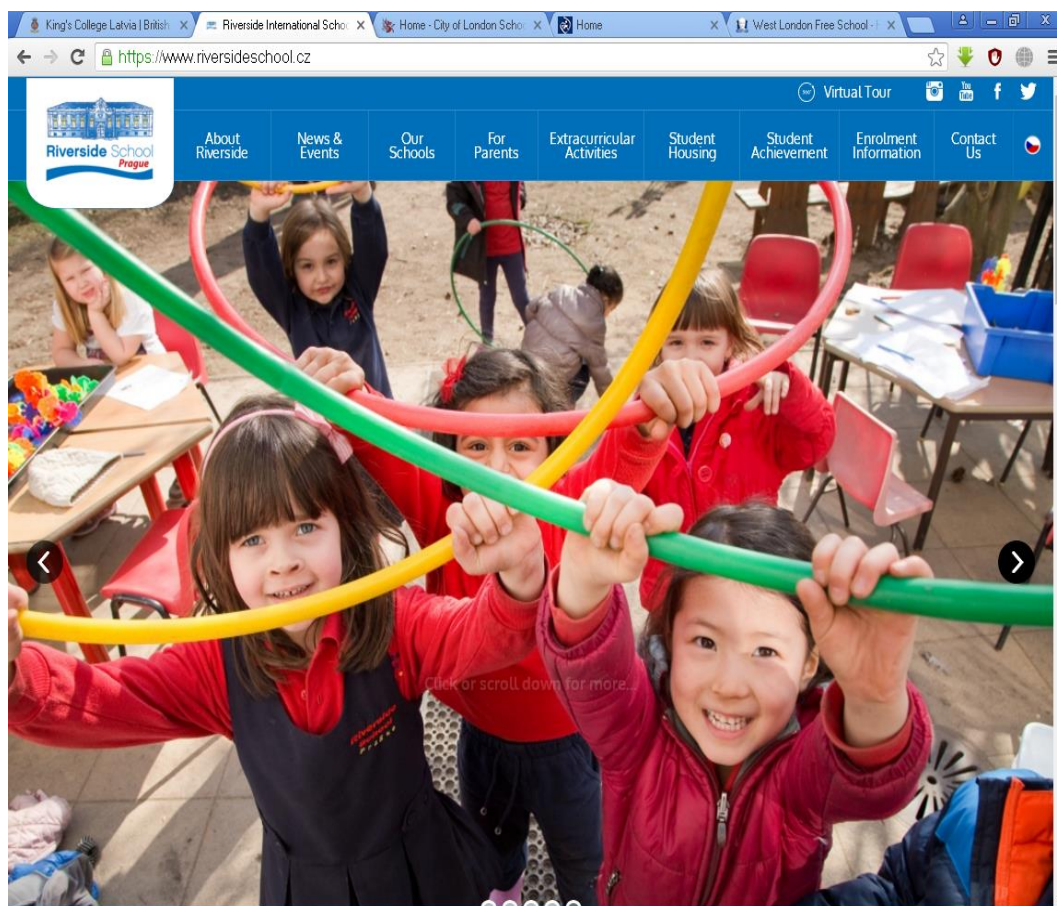
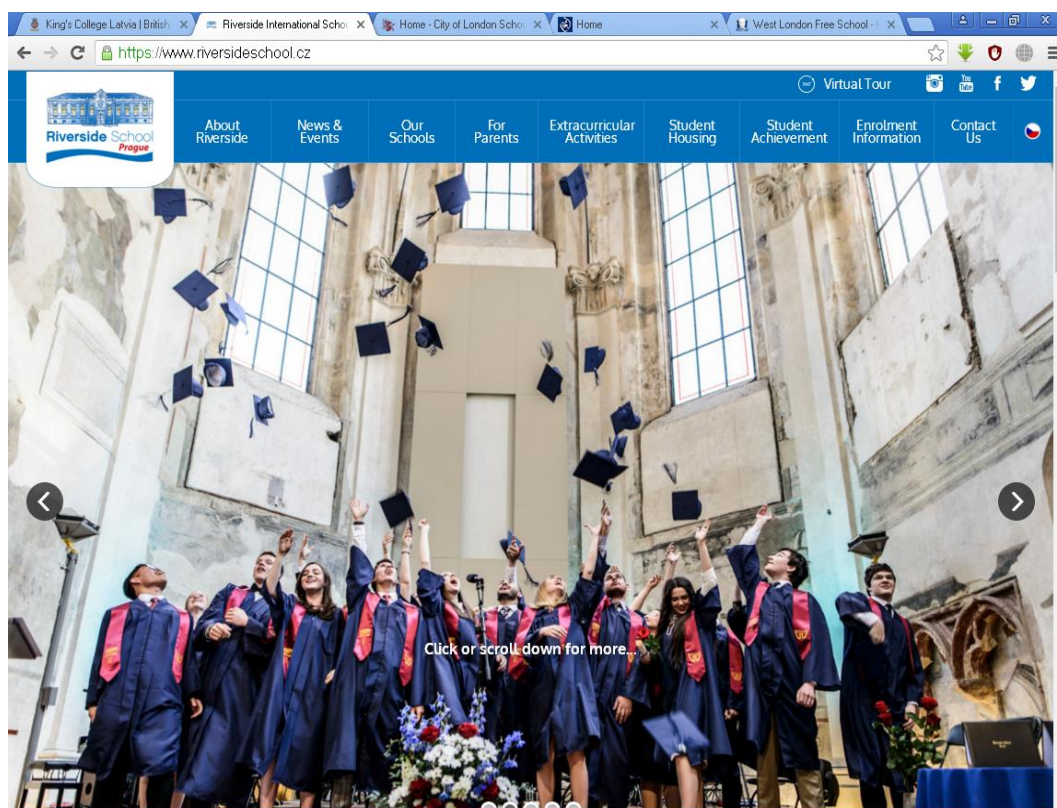
(<http://www.wlfs.org/index.asp>)



Продовження додатку Б

Головна сторінка Riverside School (Чехія)

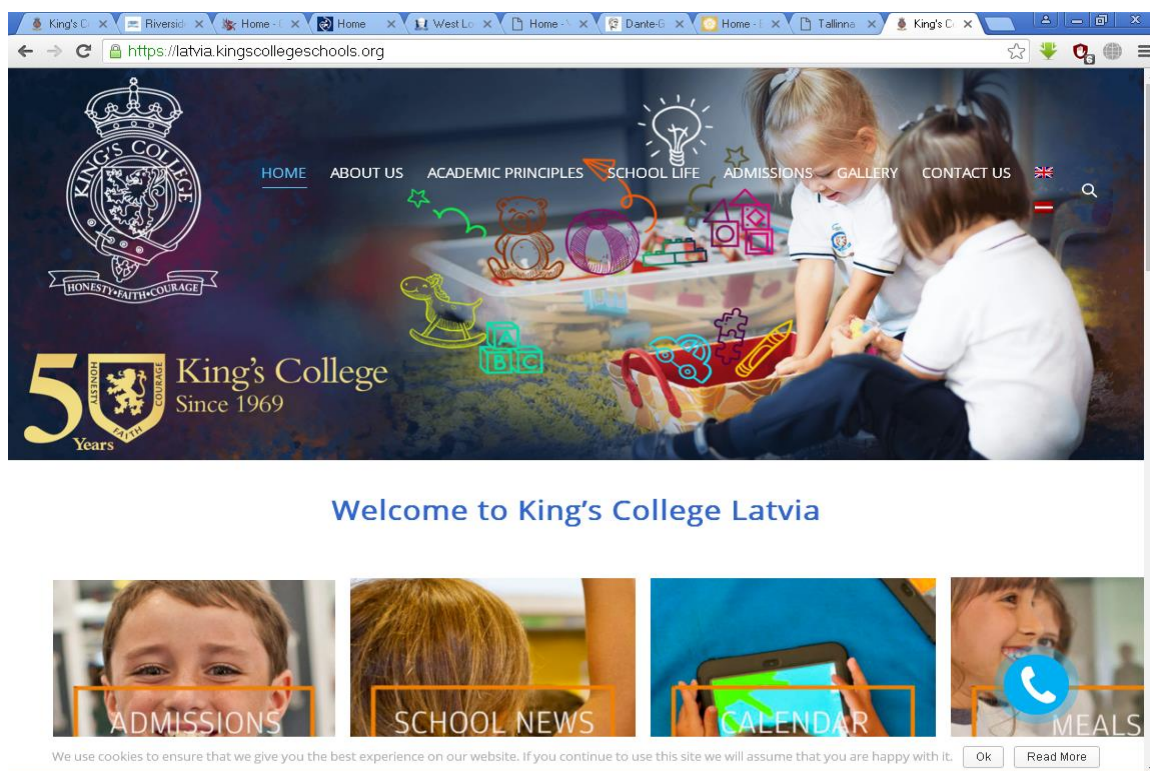
(https://www.riversideschool.cz/)



Продовження додатку Б

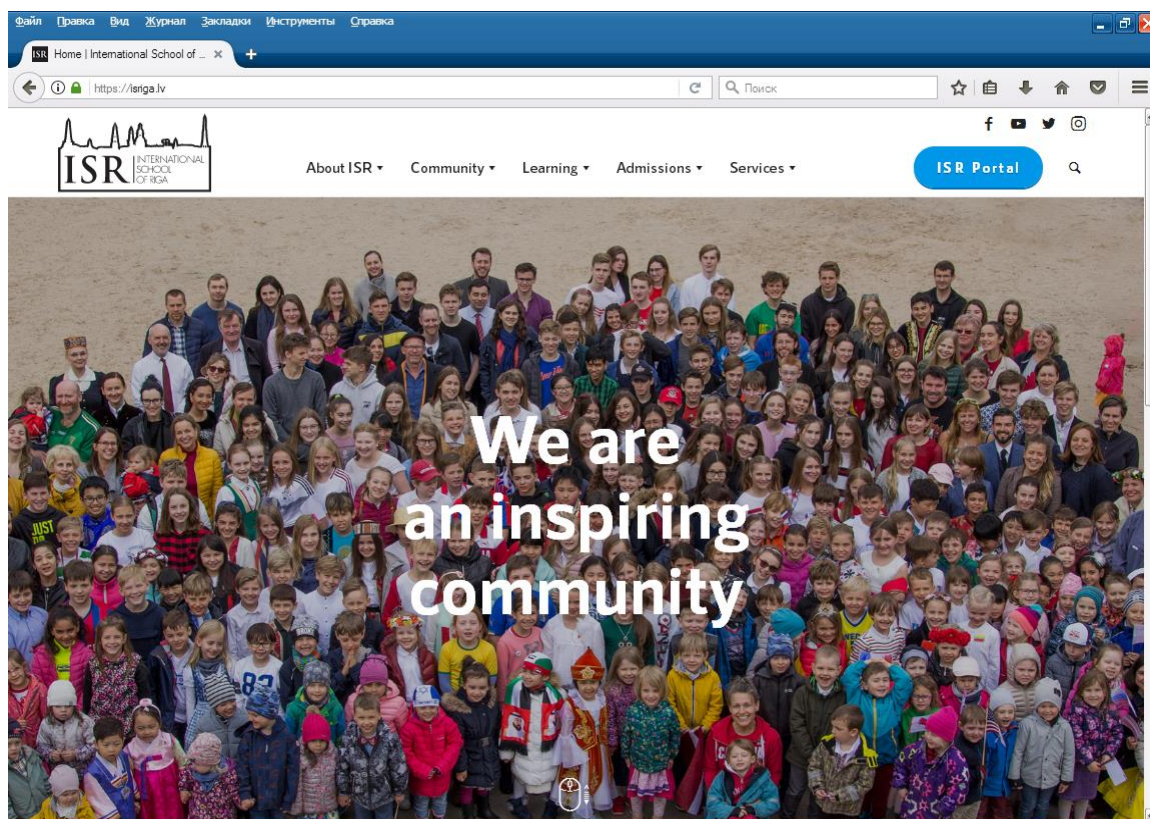
Головна сторінка King's College (Латвія)

(<https://latvia.kingscollegeschools.org/>)



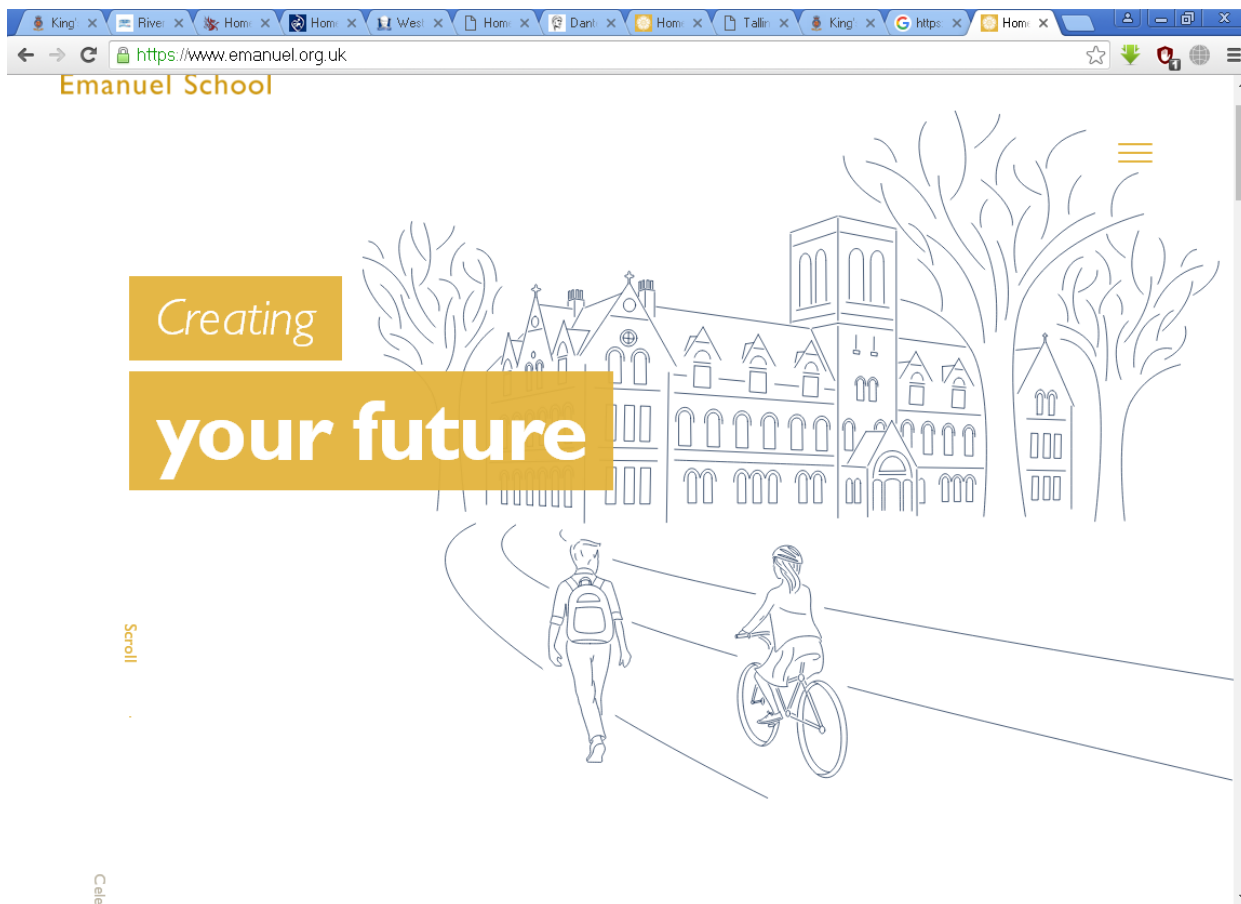
Головна сторінка Klasika, pirmsskolas izglitibas iestade (Латвія)

(<http://www.klasika.edu.lv/>)



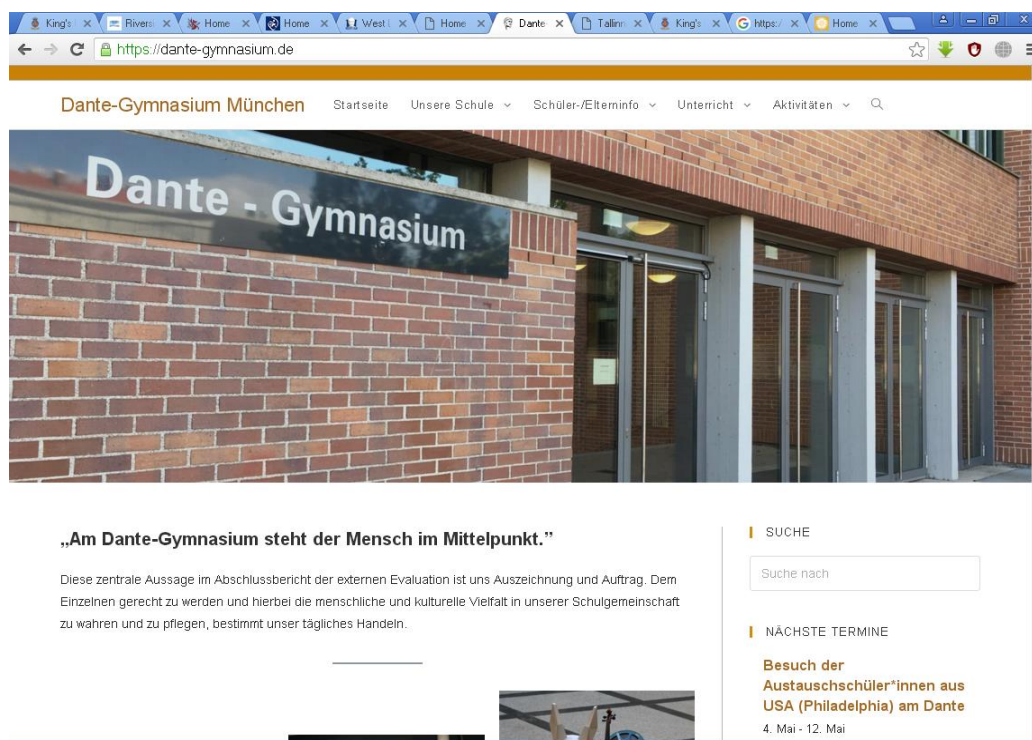
Анімація на головній сторінці Emanuel School (Велика Британія)

(<https://www.emanuel.org.uk/>)



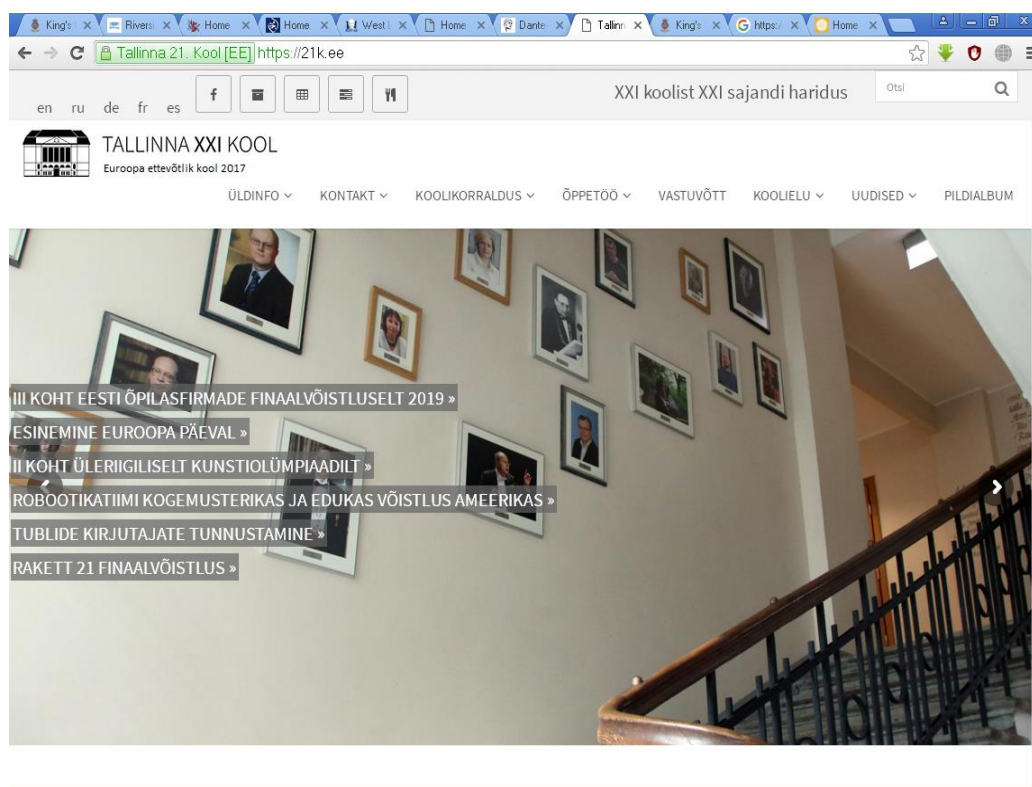
Staatl. Dante-Gymnasium München (Німеччина)

(<https://dante-gymnasium.de/>)



Tallinn School No. 21 (Естонія)

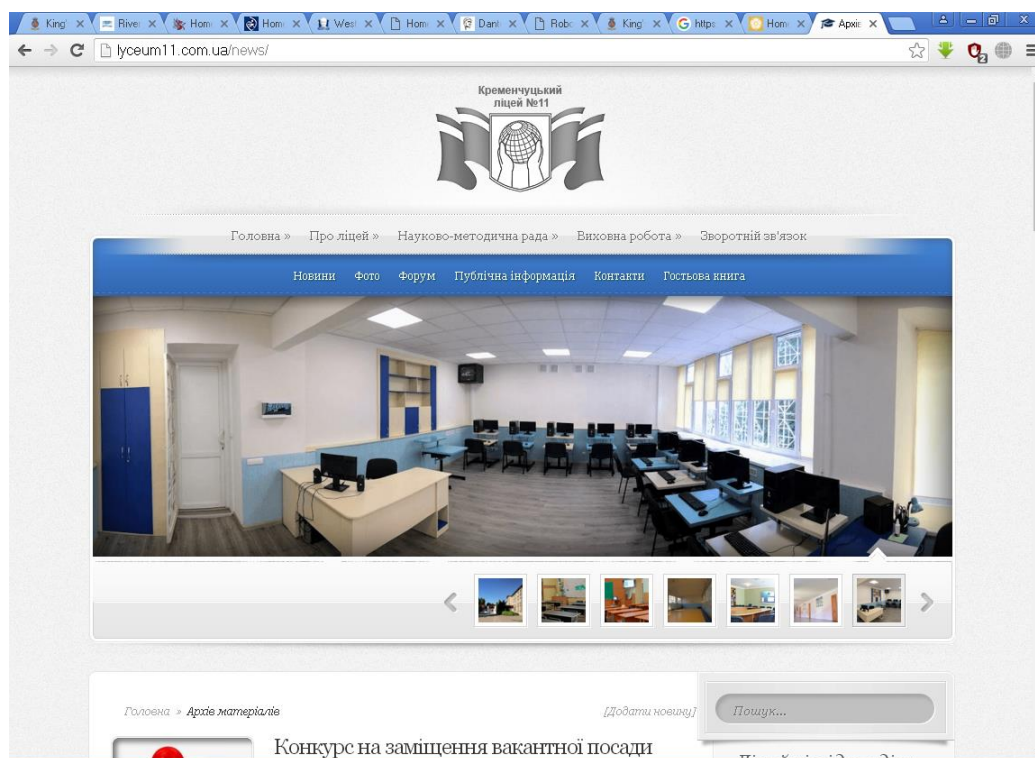
(<https://21k.ee/>)



Продовження додатку Д

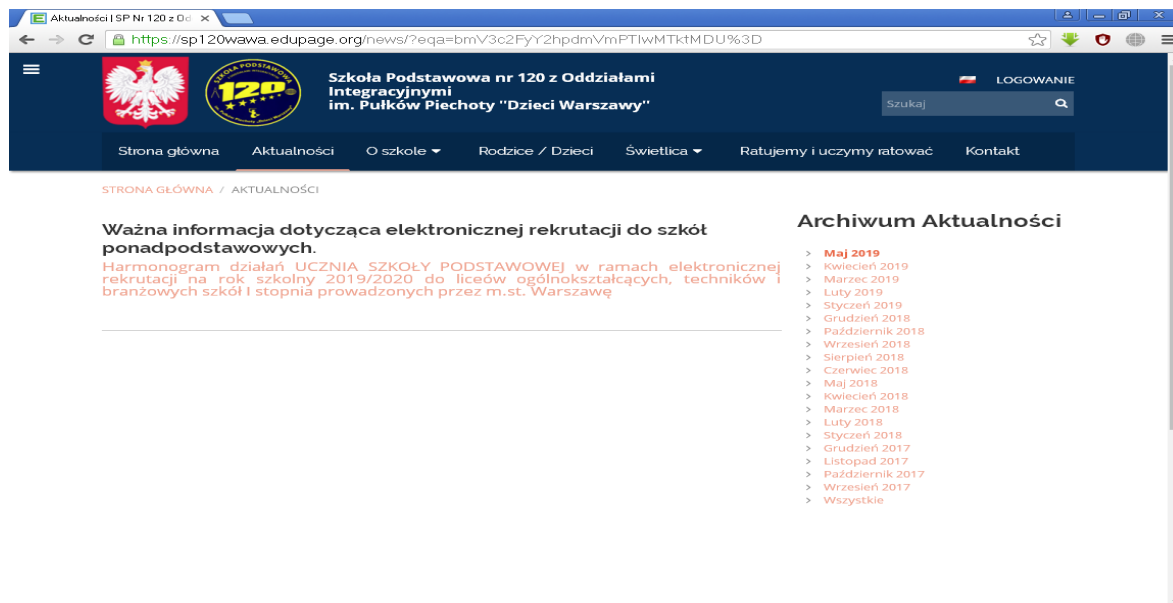
Ліцей № 11 (м. Кременчук, Україна)

(http://lyceum11.com.ua/news/)



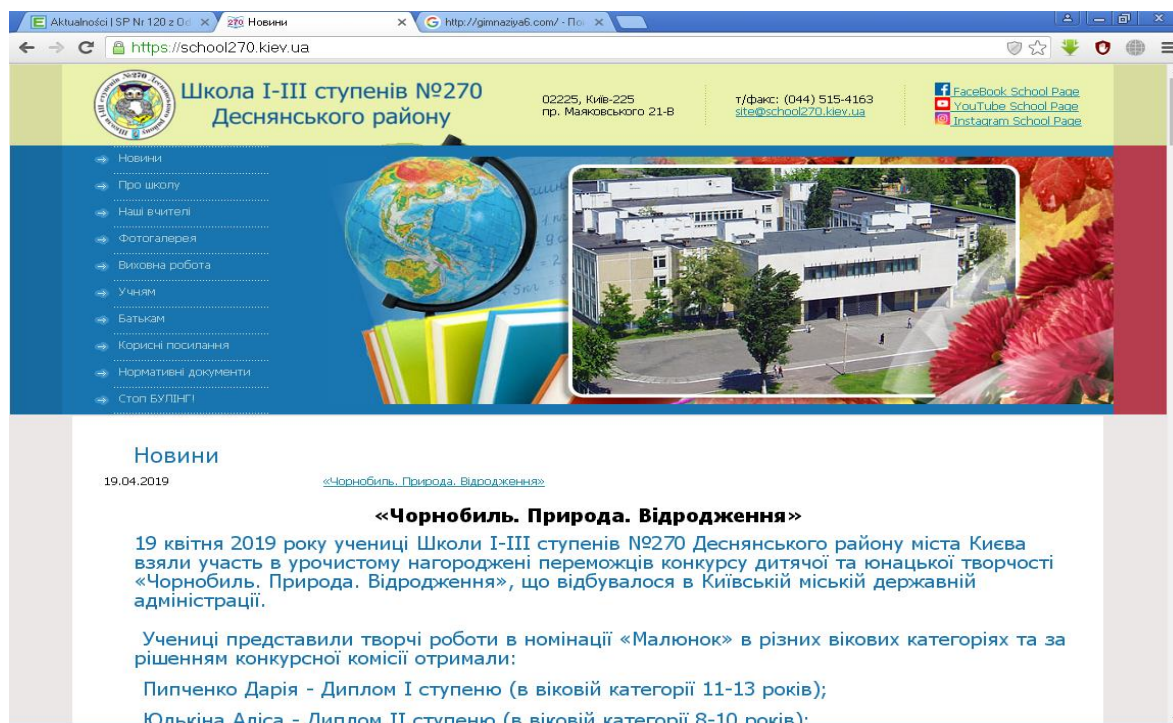
Szkoła Podstawowa nr 120 z Oddziałami Integracyjnymi im. Pułków Piechoty «Dzieci Warszawy» (Польща)

(<https://sp120wawa.edupage.org/news/>)



Школа № 270 (м. Київ, Україна)

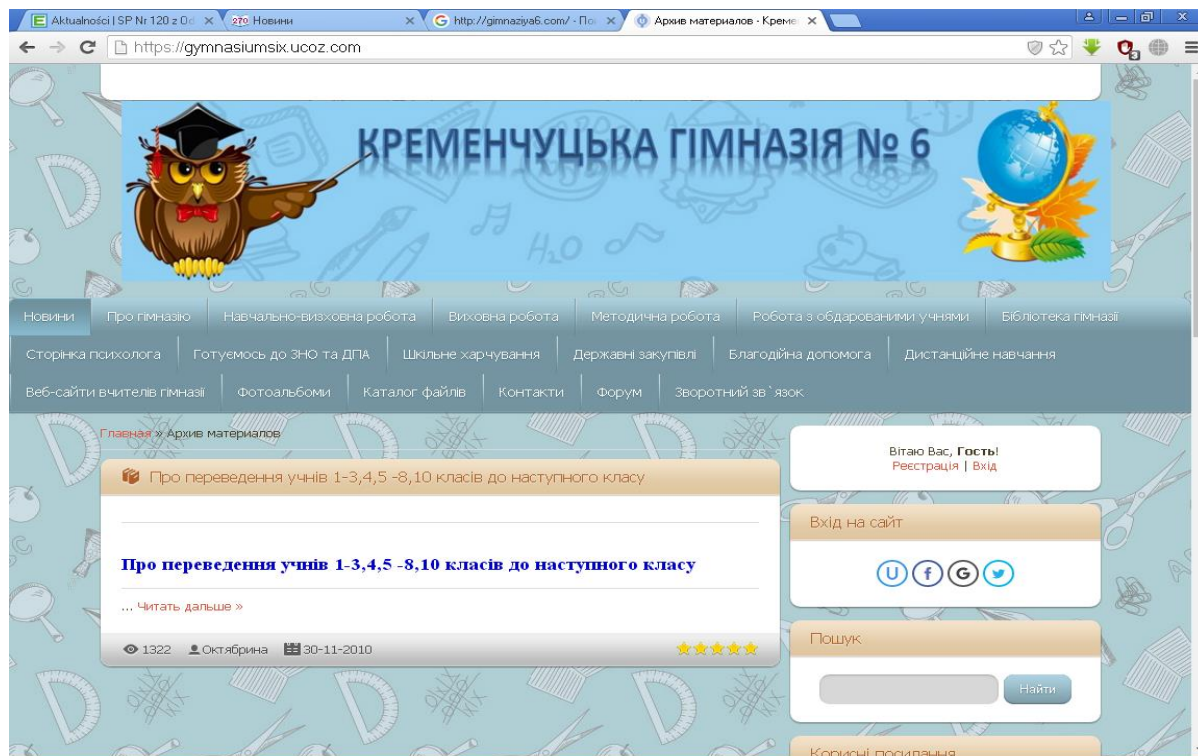
(<https://school270.kiev.ua/>)



Продовження додатку Е

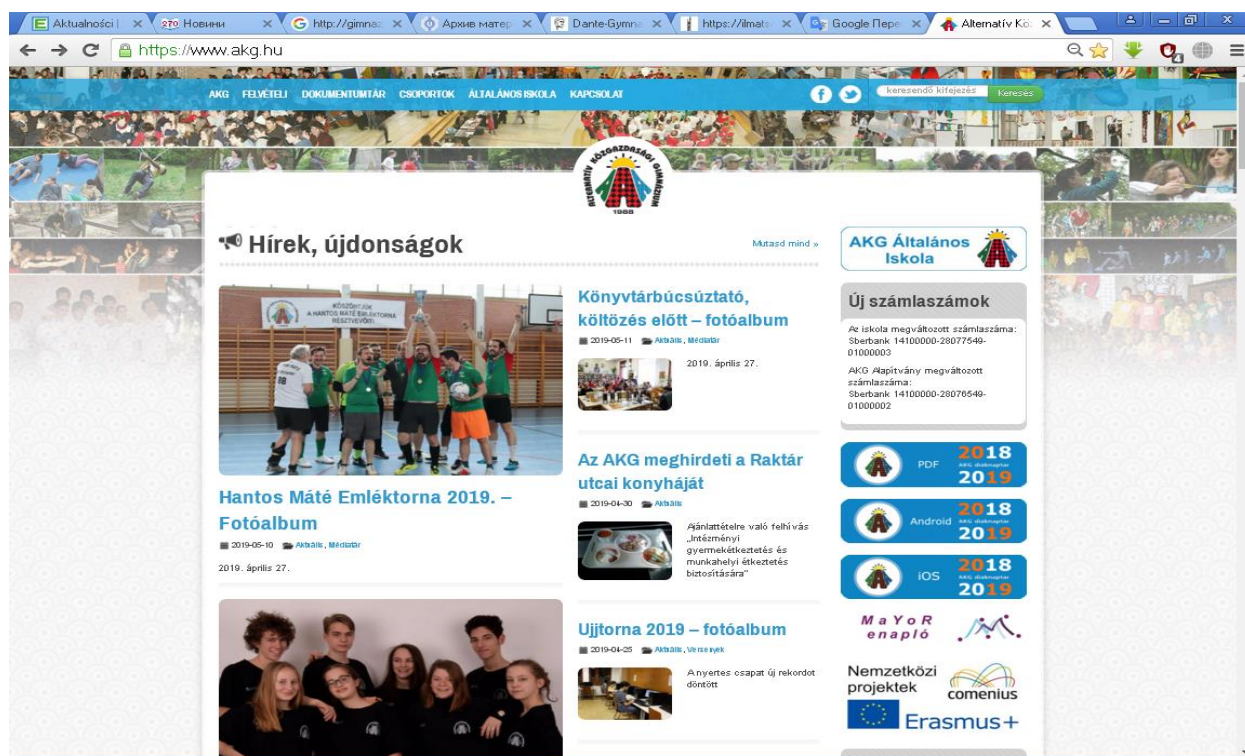
Вебсайт ліцею № 6 (м. Кременчук, Україна)

(https://gymnasiumsix.ucoz.com/)



Головна сторінка вебсайту Alternatív Közgazdasági Gimnázium (Угорщина)

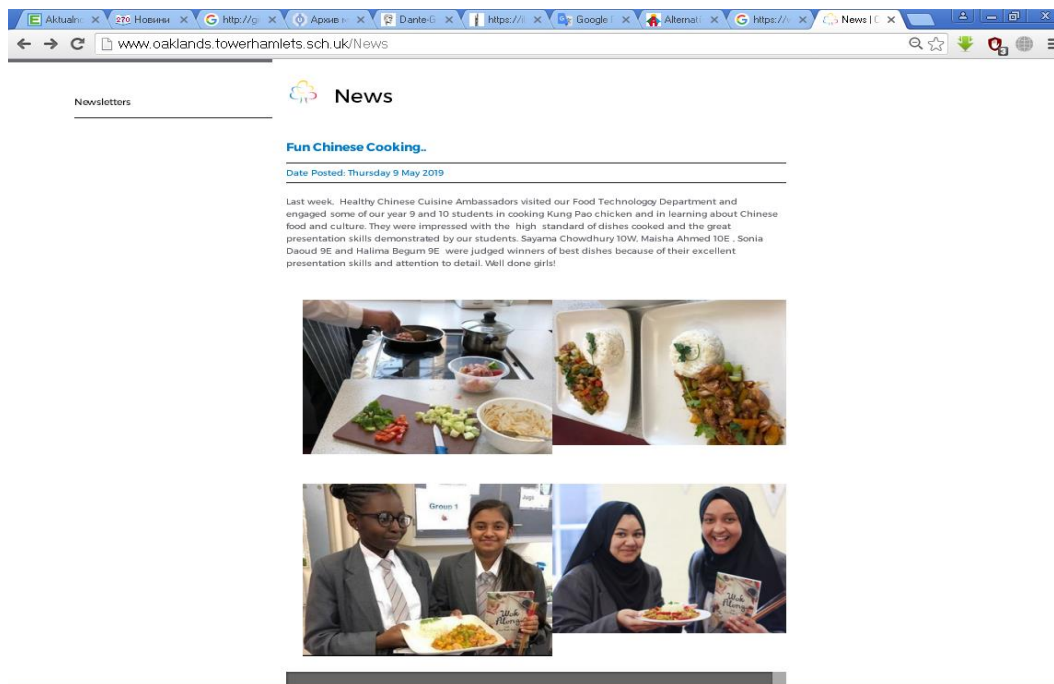
(<https://www.akg.hu/>)



Продовження додатку Ж

Новина на вебсайті Oaklands Secondary School (Велика Британія)

(<http://www.oaklands.towerhamlets.sch.uk>)



Зразок бланка оцінювання шкільних вебсайтів

Оцініть, будь ласка, за 5-бальною шкалою («0» – «5») показники якості шкільних вебсайтів.

	Дизайн	Контент	Зручність	Динаміка
https://sp120wawa.edupage.org/news/				
https://21k.ee/				
https://www.vischool.lt/our-present/				
http://www.sacredhearthigh.org.uk/				
http://lfb.hu/en/				
http://gimnaziya6.com/				
https://www.riversideschool.cz/				
https://isriga.lv/				
esmunich.de/grundschule/aktuelles/browse/1.html				