

УДК 159.9.018. 316 – 776: 316.454.54. 316.74.37

[https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-8\(42\)-791-803](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-8(42)-791-803)

Ловка Ольга Володимирівна кандидат психологічних наук, доцент кафедри педагогіки та психології, Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана, старший науковий співробітник відділу психології спілкування Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, вул. Андріївська, 15, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0002-6198-5144>

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ВЕБ-САЙТУ ШКОЛИ ЯК КАНАЛУ КОМУНІКАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ОСВІТНЬОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Анотація. Статтю присвячено актуальній темі сучасної освіти, яка знаходиться сьогодні в процесі реформування – віднайденню соціально-психологічних засобів оптимізації та підвищення ефективності процесу комунікації між суб'єктами освітньої взаємодії. Метою статті є оприлюднення авторської методики дослідження комунікативності веб-сайту освітнього закладу як однієї з форм опосередкованої комунікації між суб'єктами освітньої взаємодії. Для реалізації мети були поставлені наступні завдання: 1) розкрити основні позиції авторської методики оцінки рівня комунікативності веб-сайтів ЗЗСО; 2) презентувати результати апробації методики. Введено поняття «комунікативність сайту», яке визначається як здатність забезпечити з допомогою сайту комунікацію – встановити і підтримувати зв'язок між працівниками освітнього закладу, сім'ями та громадою про теми шкільного життя. Визначено три складові комунікативності сайту: 1) операційна складова – функціональність сайту (ступінь його зручності, змістовності, доступності, оперативності, наявності зворотного зв'язку); 2) емоційна складова – привабливість та сучасність оформлення, що впливає на емоції і сприймання та 3) когнітивна складова – рівень охопленості тематики комунікації, важливої для суб'єктів освітньої комунікації. Методику було розроблено на основі 10 визначених критеріїв оцінювання сайту, які і стали полюсами градуйованих шкал на кшталт семантичного диференціалу та 6 додатковими – які містять змістовну наповненість напрямів тематики сайту. З допомогою методики було визначено, що найбільш слабкою стороною комунікативності веб-сайтів шкільних закладів є емоційна складова – вони часто не сприймаються позитивно через несучасність та не достатню привабливість його оформлення. Результати апробації показали, що розроблену методику можна рекомендувати до використання при оцінці опосередкованих комунікативних процесів забезпечення якості освіти ЗЗСО.

Ключові слова: комунікація, безпосередня та опосередкована комунікація, учасники освітньої взаємодії, шкільний веб-сайт, комунікативність сайту, психологічна методика, семантичний диференціал.

Lovka Olha Volodymyrivna Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Psychology, Kyiv National University of Economics named after V. Hetman, Senior Researcher of the Department of Communication Psychology, Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Sciences of Ukraine, St. Andriivska, 15, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0002-6198-5144>

ASSESSMENT METHOD OF THE SCHOOL WEBSITE AS A CHANNEL OF COMMUNICATION OF SUBJECTS OF EDUCATIONAL INTERACTION

Abstract. The article is devoted to the current topic of modern education, which is nowadays in the process of reformation – the search for socio-psychological means of optimizing and increasing the effectiveness of the communication process between the subjects of educational interaction. The purpose of the article is to publicize the author's method of researching the communicativeness of the website of a school institution as one of the forms of mediated communication between subjects of educational interaction. To realize the goal, the following tasks were set: 1) to reveal the main positions of the author's methodology for assessing the level of communicativeness of websites of school institutions; 2) to present the results of the approbation of the methodology. The concept of "communicativeness of the website" was introduced, which is defined as the ability to ensure communication with the help of the website - to establish and maintain communication between the employees of the educational institution, families and the community about the topics of school life. Three components of the site's communicability are defined: 1) operational component - the functionality of the site (the degree of its convenience, content, accessibility, responsiveness, availability of feedback); 2) the emotional component – the attractiveness and modernity of the design, which affects emotions and perception, and 3) the cognitive component – the level of coverage of communication topics important for subjects of educational communication. The methodology was developed on the basis of 10 defined site evaluation criteria, which became the poles of graduated scales such as the semantic differential and 6 additional ones - which contain a meaningful content of the site's subject areas. With the help of the methodology, it was established that the emotional component is the weakest aspect of the communication of the websites of school institutions - they are often not perceived positively due to the non-modernity and insufficient attractiveness of the design. The test results showed that the developed methodology can be recommended for use in the assessment of mediated communicative processes of ensuring the quality of education in schools.

Keywords: communication, direct and mediated communication, participants of educational interaction, school website, site communicability, psychological method, semantic differential.

Постановка проблеми. В останні декілька років, у зв'язку з поширенням ковідної пандемії, весь світ зіштовхнувся з потребою спілкуватися, здійснювати комунікацію більшою мірою не безпосереднім шляхом, у вигляді особистих зустрічей, а опосередкованим – з допомогою інформаційних та цифрових засобів. В Україні ця потреба стала ще більш актуальною у зв'язку з воєнною агресією РФ. Проблема побудови надійної опосередкованої комунікації торкнулася і вітчизняних освітніх закладів, як надавачів освітніх послуг для сімей, які ці послуги отримують: виникла необхідність створення надійних платформ для навчальної взаємодії між вчителями і учнями, а також забезпечення якісної комунікації з сім'ями, зокрема, батьками і учнями з різноманітних освітніх питань. Адже, реформа середньої освіти, що відбувається сьогодні в Україні, передбачає побудову надійної партнерської взаємодії між усіма її суб'єктами. Тому актуальним завданням сьогодні постало дослідження соціально-психологічних особливостей комунікації між школою і сім'єю з метою забезпечення її якості, з допомогою опосередкованих засобів, таких, як: офіційний веб-сайт навчального закладу; груп, створених у Facebook, Telegram, Viber-груп; розсилки електронною поштою; телефонні розмови; телефонні повідомлення (sms); електронний щоденник тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій розширив контент опосередкованої комунікації, створивши низку інтернет-засобів, які увійшли в освітній простір і зайняли вагомe місце щодо обміну інформацією між учасниками освітнього процесу. Наразі, опосередкована комунікація вже ретельно вивчена науковцями світу (Crowley, D. David J.; Mitchell, David; Davis, Joseph E. ; L. Eger L., Gangur M.; Eger, L., Egerová, D., Tomczyk, L., Krystoň, M., & Czeglédi, C.;) [10], [12], [13], [14] і все більше постає як засіб обміну інформацією у побудові освітнього процесу (Г. Бевз, А. Мельник; Л. Калашнікова; І. Коперник, К. Краснова) [1], [4], [5]. Варто зауважити, що інтернет-технологія веб-сайту набула потужних характеристик як інструмент маркетингових комунікацій, зокрема у ЗВО (М.Зацерківна; Л. Калашнікова; Eger, L., Egerová, D., Tomczyk, L., Krystoň, M., & Czeglédi, C.) [3], [4], [14], що забезпечує доступність та відкритість інформації, оперативність зворотного зв'язку. Натомість, вивчення ефективності веб-сайтів у некомерційній сфері зазнає певних труднощів, пов'язаних із кінцевим продуктом їх результативності, що не завжди можна опредметити [3]. Наш аналіз джерел показав, що сайти некомерційної сфери (освіти, культури) більше орієнтовані на інформування та створення іміджу певної установи, а також залучення широкої аудиторії до комунікації [3]. Вони менш націлені на досягнення результату, а їхній дизайн не передбачає спрямування клієнта на досягнення цільового призначення сайту.

Веб-сайти ЗЗСО, на відміну від комерційних організацій, мають бути комунікативними, що є співзвучно із самим процесом освіти дитини. Освіта – це комунікація (передача знань).

Таким чином можемо сказати, що веб-сайти ЗЗСО ще не постали предметом наукового аналізу задля їх ефективності у розбудові освітнього процесу, як дорожньої карти у напрямку здобуття освіти. Наразі даною статтею ми прагнули долучитися до вирішення цієї науково-практичної задачі і створити методику оцінки веб-сайтів ЗЗСО з точки зору їх комунікативності – для ефективного обміну інформацією і, тим самим, створення умов для продуктивної взаємодії. Для цього нам стали в нагоді теорія обробки соціальної інформації у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях Дж. Вальтера [16], [7, с.85], теорія медіа-збагаченості (Дафт Р.Л.) [11, с.61], [10], досліджені О.М. Немеш [7].

Порівнюючи поняття «комунікативність» та «комунікаційність» М. Прищак дійшов висновку, що комунікативність — «це здатність до спілкування, контактів; зв'язок, спілкування, контакти між ким-небудь, чим-небудь», а «комунікаційний» є прикметником до іменника «комунікація» в спеціальному значенні (шляхи сполучення, лінії зв'язку тощо) [8, с.7]. Тому він вказує, що до психологічної, педагогічної сфери ближчим є поняття «комунікативність», аніж «комунікаційність». Ми також беремо до уваги поняття «комунікативність», хоча мова йде не про людину, а про веб-сайт, маючи на увазі те, що він не просто є засобом зв'язку, а ще й засобом психологічного впливу, формування враження.

Фахівці виділяють безпосереднє (пряме) й опосередковане (непряме) спілкування. Безпосереднє — це природне спілкування, коли суб'єкти взаємодії знаходяться поряд і спілкуються за допомогою мовлення й немовленнєвих засобів, в його процесі учасники отримують найбільшу інформацію один про одного, тому воно є найбільш повноцінним [2], [9, с.10]. Ми погоджуємося з цією точкою зору авторів. Проте сьогодні, з появою великої кількості інформаційних засобів набирає все більшої популярності опосередковане (непряме) спілкування. Цей вид здійснюється в ситуаціях, коли індивіди віддалені один від одного часом чи відстанню, а контакт здійснюється завдяки включенню у процес додаткового посередника, спеціальних засобів і знарядь для організації спілкування та обміну інформацією (знакових систем, носіїв інформації різної природи, письмових засобів, технічних пристроїв тощо). Для цього спілкування характерним є неповний психологічний контакт, коли зворотній зв'язок ускладнено [9, с.10].

Метою статті є оприлюднення авторської методики дослідження комунікативності веб-сайту освітнього закладу як виду опосередкованої комунікації між суб'єктами освітньої взаємодії. Для реалізації мети були поставлені наступні **завдання**: 1) розкрити основні позиції авторської методики оцінки рівня комунікативності веб-сайтів ЗЗСО; 2) презентувати результати апробації методики.

Виклад основного матеріалу. Відділом психології спілкування ІСПП НАПН України у 2023 р. за участі авторки статті проводилося комплексне

дослідження соціально-психологічних чинників суб'єктів освітньої взаємодії, одним із напрямів якого було визначення способу комунікації, який є для батьків учнів найбільш бажаним і зручним. Суб'єктами освітньої взаємодії є шкільні працівники, сім'ї (учні та батьки, або опікуни), громада в цілому (місцеві органи влади, партнери тощо).

Виявилось, що для батьків переважаючою і найбільш зручною залишається безпосередня форма комунікації (табл. 1). Так, на першому місці за кількістю виборів таким способом є комунікація через класного керівника (69,5% позитивних відповідей). Проте, і опосередкований спосіб – через групи, створені адміністрацією школи у соціальних мережах – Facebook, Telegram, Viber-групи – також був названий одним із найбільш бажаних (60,3%).

Таблиця 1.

Зручні форми комунікації батьків учнів із освітнім закладом

Безпосередні форми	%	Опосередковані форми	%
Через класного керівника	69,5	Групи, створені адміністрацією школи у Facebook, Telegram, Viber-групи	60,3
Особисті зустрічі	44,5	Електронний щоденник	17,3
Телефонні розмови (відносно безпосередня)	33,4	Через офіційний сайт закладу	13,1
		Телефонні sms-повідомлення	11,3
		Електронна пошта	7,5

Також, велику кількість голосів набрала безпосередня форма – особисті зустрічі (44,5%) і відносно безпосередня – телефонні розмови (33,4 %). Набагато меншими в кількісному плані були відповіді щодо опосередкованих форм комунікації: на останньому місці батьки назвали розсилки електронною поштою (7,5% відповідей), через офіційний сайт закладу – 13,1 %. В школах, де запроваджений електронний щоденник, він також користується популярністю – 17,3% відповідей. Загальні дані наведено у табл. 1.

Отже, можна зробити висновок, що батькам зручніше користуватися безпосередньо, і особливо – через класного керівника. Опосередковані форми для них не є настільки зручними.

Але, з огляду на час, який вчителі мають витратити на безпосереднє спілкування з кожним із батьків, з нашої точки зору, комунікація через сайт може допомогти в певних питаннях, які не стосуються особистої інформації. Комунікація через сайт може набути більшої ваги, якщо він буде відповідати достатньому рівню *комунікативності*, яку ми визначаємо як здатність забезпечити з допомогою сайту комунікацію – встановити і підтримувати

зв'язок між працівниками освітнього закладу, сім'ями та громадою про теми шкільного життя.

Комунікативність веб-сайту, з нашої точки зору, може бути визначена за трьома основними складовими: 1) операційна складова – функціональність сайту (ступінь його зручності, змістовності, доступності, оперативності, наявності зворотного зв'язку); 2) емоційна складова – привабливість та сучасність оформлення, що впливає на емоції і сприймання та 3) когнітивна складова – рівень охопленості тематики комунікації, важливої для суб'єктів освітньої комунікації.

На основі авторської регулятивної моделі комунікації сім'ї і школи [6] нами була розроблена методика для оцінки веб-сайту щодо рівня його комунікативності. Методика розроблена у вигляді варіанту семантичного диференціалу. Для апробації методики у грудні 2023 р. нами було проведене пілотне дослідження деяких веб-сайтів українських шкіл щодо рівня їхньої комунікативності. Для апробаційного дослідження з допомогою методики було використано також метод експертних оцінок.

Семантичний диференціал – метод, започаткований Ч. Осгудом [15], який полягає у вимірюванні об'єктів шляхом кількісного та якісного індексування значень з допомогою використання біполярних градуйованих шкал, полюси яких задані за допомогою вербальних антонімів.

У дослідженні у якості експертів взяли участь студенти, що навчаються на спеціальності «Психологія» 2-х курсів ЗВО «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» та Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Експертам пропонувалося оцінити веб-сайт освітнього закладу, обраний випадковим чином, з допомогою нашої методики у вигляді семантичного диференціалу за 10-ма основними критеріями: 1) доступність сайту; 2) легкість користування; 3) актуальність інформації; 4) оперативність комунікації, подачі інформації; 5) змістовність, повнота контенту; 6) широта охопленої аудиторії; 7) сучасність та привабливість оформлення; 8) наявність зворотного зв'язку; 9) охопленість каналів комунікації, презентованих на сайті; 10) представленість тематики, важливої для цільових груп та 6 додатковими критеріями, які містять змістовну наповненість напрямів тематики сайту, наведеними у табл. 2. По кожному основному та додатковому критеріям можна виставити від 0 до 10 балів, таким чином, загалом комунікативність сайту може бути оцінена максимумом в 160 балів, або середнім балом з 10.

Для оцінки сайтів, обраних випадковим чином, студентам було запропоновано критерії оцінювання (табл.2).

Таблиця 2

**Критерії оцінювання шкільних сайтів на предмет їх
«комунікативності»**

	Параметри оцінки сайту	Характеристика параметру
1	Доступність	Наскільки швидко і легко можна знайти сайт в Інтернеті.
2	Легкість користування	Наскільки легка і зрозуміла навігація по сайту, яка дозволяє легко знайти потрібну інформацію. Наскільки проста та інтуїтивно зрозуміла структура сайту.
3	Актуальність інформації	Наскільки актуальною є інформація, представлена на сайті. Наскільки часто і регулярно вона оновлюється (контактні дані, актуальні події, розклад уроків, новини, заходи та події тощо).
4	Оперативність комунікації, подачі інформації	Наскільки оперативно, послідовно, регулярно і швидко подається інформація. Наскільки швидкий зв'язок із закладом, швидке оновлення інформації
5	Змістовність, повнота контенту	Наскільки інформація повна, змістова, систематизована, широта охоплення тем шкільної взаємодії
6	Аудиторія	Широта охоплення різних груп користувачів і категорій стейкхолдерів громади (учні, вступники, батьки, працівники школи, потенційні працівники (вакансії), широка громадськість, стейкхолдери, партнери (зарубіжні в тому числі), спонсори, грантодавці).
7	Оформлення	Наскільки сучасним і візуально привабливим є дизайн, оформлення сайту, наскільки він відповідає останнім тенденціям веб-дизайну. Чи зручним є розмір елементів оформлення (іконок і банерів).
8	Зворотній зв'язок	Наявність – відсутність на сайті зручної форми зворотного зв'язку (анкетування, відповіді на запитання), через яку відвідувачі можуть надіслати свої запитання або побажання?
9	Канали комунікації	Представленість каналів комунікації: посилання на особисті зустрічі, ел. пошту, ел. щоденник, телефони закладу, сторінки у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Telegram), YouTube.
10	Тематика сайту	Чи представлена на сайті тематика, важлива для комунікації між сім'єю і школою: освітні потреби; особистісний розвиток; навички взаємодії; громадянський розвиток; безпека, добробут школярів; наявність наукової діяльності; забезпечення перебування учнів у школі тощо.
	Загальне враження від сайту	Яке загальне відчуття викликає сайт у відвідувачів: позитивне враження, він є інформативним, сучасним і зручним у використанні, чи навпаки, враження негативне, не хочеться більше на нього заходити?
	Загальна оцінка-резюме	Приклад: «сайт закладу (назва) є якісним і інформативним ресурсом. Він відповідає основним вимогам до сайтів навчальних закладів. Однак, є деякі моменти, які можна було б поліпшити, наприклад, більш часте оновлення інформації та розширення інформації про наукову діяльність і діяльність шкільного самоврядування.

Журнал «Перспективи та інновації науки»
(Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина»)
№ 8(42) 2024

Експертам давалася *інструкція*: просимо вас оцінити сайт даного освітнього закладу з точки зору його комунікативності – здатності забезпечити з його допомогою комунікацію між усіма учасниками освітнього процесу та громадськістю. Оцінку просимо поставити по кожному критерію за 10-тибальною шкалою: 0 – дуже погано, 10 – максимально добре. В кінці просимо зробити резюме: дати загальну оцінку сайту за його змістовними, структурними ознаками та оформленням.

1. Доступність сайту		
Сайт є важко доступним, пошук ускладнений, сповільнений, не одразу знаходиться	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Сайт є легко доступним, швидко з'являється при пошуку, на першій сторінці в пошуковій системі усі сторінки сайту доступні в 2-3 кліка мишею
2. Легкість комунікації під час користування сайтом		
Ускладнена структура сайту, незрозуміла, складна навігація, неструктурована інформація.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Проста, легка і зручна навігація по сайту, структурована інформація, зрозумілі дії.
3. Актуальність інформації		
Інформація, представлена на сайті є застарілою, неактуальною, подається рідко, не регулярно. Давно не оновлювалася.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Інформація, представлена на сайті є свіжою, актуальною. Часто і постійно оновлюється (актуальні події, розклад уроків, останні новини, заходи та події тощо).
4. Оперативність подачі інформації, комунікації		
Комунікація не оперативна, не зрозуміло, як через сайт її швидко встановити із закладом. Інформація подається не вчасно, повільно, незручно.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Комунікація відбувається оперативно, послідовно, інформація подається регулярно, вчасно і швидко. Швидкий зв'язок із закладом. Щоденне оновлення інформації
5. Змістовність, повнота інформації (контенту)		
Ситуативна, неповна, несистематизована, часткова, плутана інформація	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Інформація змістовна, повна, систематизована, охоплює максимальну кількість тем шкільної взаємодії, контенту
6. Аудиторія		
Сайт розрахований на комунікацію лише з учасниками освітнього процесу (батьки, учні, вчителі)	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Сайт охоплює максимально широке коло стейкхолдерів (учні, працівники школи, потенційні працівники (вакансії), вступники, батьки, широка громадськість, стейкхолдери, спонсори, грантодавці, партнери).
7. Оформлення		
Шаблонний, нецікавий дизайн, обмежені кольори, бідність наочних зображень, відсутність фотографій і відео, перезавантаженість недоречними зображеннями та візерунками	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Стилізований, сучасний дизайн, вдало підібрані кольори, наповненість наочними зображеннями, фотографіями, відео.

8. Зворотній зв'язок		
Відсутність, незручність недостатність, обмеженість варіантів зворотного зв'язку. Немає контактів, відповідь або не надається, або її доводиться довго чекати.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Наявність, зручність, повнота варіантів надання швидкого зворотного зв'язку (анкети, опитування, відповіді на запитання, чат для спілкування, можливість залишити коментар), великий вибір контактів (ел. пошта, телефони, соціальні мережі)
9. Канали комунікації		
Сайт представляє 1-2 канали для комунікації, відсутня інформація про безпосередні форми комунікації, відсутні сторінки у соціальних мережах.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Сайт пропонує багато каналів для комунікації. Наявність сторінок у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Telegram), YouTube канал, ел. пошта, телефони. Запрошення до безпосередніх зустрічей з кл. керівником, батьківські збори, «родинні дні», свята.
10. Тематика сайту		
Обмеженість інформації з певних тем, або відсутність важливих тем, представлених на сайті	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Повнота представленості важливих тем
10.1. Освітній процес		
Відсутність або недостатня представленість тем з освітнього процесу розвитку компетентностей, наукової діяльності	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Чи представлена на сайті інформація: розклади; перелік предметів; навчальні завдання; навчальні програми; платформи, конкурси, олімпіади, гуртки; перемоги і досягнення учнів.	Повна та різноманітна представленість тем з освітнього процесу, наявність інформації про наукові здобутки учнів, переможців конкурсів та олімпіад тощо.
10.2. Добробут учнів		
Відсутність або недостатня представленість тем про добробут учнів	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Психологічний та матеріальний добробут школярів, наявність психолога. Наявність в школі побутово-технічного забезпечення: столової, басейну, комп'ютерів тощо. Звітність витрат.	Повна та різноманітна представленість тем про добробут учнів
10.3. Соціальний розвиток, навички взаємодії		
Відсутність або недостатня представленість тем з соціального розвитку, навичок взаємодії	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Інформація про можливість комунікації, спільні проекти з іншими освітніми закладами, взаємообмін школярами, взаємодія між класами, командна діяльність тощо.	Повна та різноманітна представленість тем з соціального розвитку, навичок взаємодії
10.4. Особистісний розвиток, soft skills		
Відсутність або недостатня представленість тем з особистісного розвитку	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Інформація про походи, творчі проекти, конкурси, психологічні консультації і тренінги.	Повна та різноманітна представленість тем з особистісного розвитку

Журнал «Перспективи та інновації науки»
(Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина»)
№ 8(42) 2024

10.5. Громадянський розвиток, шкільне самоврядування		
Відсутність або недостатня представленість тем з громадянського розвитку, шкільного самоврядування	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Інформація про громадські заходи, участь у суспільному житті: толоки, соціальні активності, участь у програмах та проєктах міста; волонтерство, допомога ЗСУ; шкільне самоврядування тощо.	Повна та різноманітна представленість тем з громадянського розвитку, шкільного самоврядування
10.6. Безпека		
Відсутність або недостатня представленість тем про безпеку	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Наявність укриття, правила поведінки у ситуації небезпеки, алгоритм дій під час сигналу тривоги, протидія булінгу тощо.	Повна та різноманітна представленість тем про безпеку
Загальне відчуття від сприйняття сайту		
Враження негативне, сайт є неінформативним, несучасним, не зручним у використанні.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Позитивне загальне враження, сайт є інформативним, сучасним і зручним у використанні.
Загальна оцінка в балах 0 – 160 Середній бал 0 – 10		

Складові комунікативності веб-сайту: 1) операційна складова рахується сумою балів, або середнім значенням за показниками: «доступність», «легкість», «оперативність», «змістовність», «аудиторія», «зворотній зв'язок»; 2) емоційна складова – за показником «оформлення» сайту; 3) когнітивна складова – за показником «ступінь охоплення тематики комунікації», який вираховується за сумою шести додаткових показників з тематики сайту. Загальний бал комунікативності веб-сайту підраховується за сумою усіх трьох складових.

Експертами було проаналізовано загалом 18 сайтів українських навчальних загальноосвітніх закладів, з них – 4 київських гімназії, 8 ліцеїв (з них 6 з різних міст і 2 – сіл України: м. Житомир, м. Київ, м. Кривий Ріг, м. Вишгород, м. Миргород, м. Миронівка Київської обл., с. Машів Волинської обл., с. Іванків Київської обл.), 2 спеціалізовані школи м. Києва, 1 ЗОШ м. Києва і 1 ЗЗСО м. Токмака Запорізької області, 1 санаторна школа I-III ступенів смт Клевань.

Проаналізовані сайти отримали оцінки від 4 до 9,5 за середнім балом. За середнім балом гімназії отримали – 7,85 (одна з гімназій взагалі не має власного сайту, тому оцінювалася офіційна сторінка у фейсбуці), ліцеї отримали – 7,72; ЗОШ – 6,58. Найнижчий бал – 4 з 10 – отримала ЗОШ м. Києва. Найвищий – 9,5 – ліцей м. Житомира. Середній бал сільських ліцеїв виявився на рівні 7,33, міських ліцеїв – 7,91.

Наведемо приклад загальної оцінки сайту: сайт однієї з київських гімназій отримує загальну оцінку – 8,5 з 10 балів, за представленістю

різноманітних площин комунікації (напрямів, тем) на сайті – оцінка 8 з 10. «Висновок: На сайті багато потрібної інформації, але через відсутність сучасного оформлення та правильної подачі інформації загальне враження від сайту всього 5 балів. Також хочу додати, що сайту не вистачає актуальних оголошень про нинішній стан у школі, наприклад: «Через небезпечну погоду 11-го лютого усі заняття будуть в онлайн режимі» або «На наступному тижні занять з фізкультури не буде, тому що...». На мою думку такі повідомлення дуже допоможуть батькам або родичам, а також спонукатимуть їх відвідувати сайт» (Студентка 2-го курсу М.О.).

Серед найбільш поширених недоліків експерти назвали не сучасне, застаріле, стандарте, не зручне оформлення (наприклад, мале масштабування та шрифт); не зручна навігація по сайту; застаріла, не актуальна інформація, не часте її оновлення; не достатній зворотній зв'язок; інколи недостатність посилання на інші соціальні мережі; відсутність даних про наукову діяльність учнів, інформування про участь учнів у проектах, які сприяють соціальній відповідальності та допомозі спільноті; недостатність інформації про шкільне самоврядування. Також студентами підкреслювалася можливість адаптації пошуку сайту для мобільних пристроїв, так, щоб користувачі на смартфонах і планшетах могли комфортно взаємодіяти із сайтом.

Отже, можна зробити висновок, що веб-сайти, які набрали найменше балів, мають нижчий рівень комунікативності за всіма трьома складовими. У тих, що отримали більш високі бали – нижчими були бали за емоційною складовою. Отже, найчастіше – школа не враховує емоційний компонент впливу на користувачів веб-сайтів.

Після пілотного дослідження веб-сайтів експерти надавали зворотній зв'язок щодо простоти, легкості, зручності користування методикою, чіткості визначення критеріїв, загальні відгуки про методика та пропозиції щодо її вдосконалення. Середня оцінка методики за 10-тибальною шкалою – становила 9,8 балів. В результаті деякого корегування методика набула презентованого у статті вигляду.

Висновки. Впроваджено поняття «комунікативність веб-сайту», яке визначено як здатність освітнього закладу забезпечити з його допомогою комунікацію між усіма учасниками освітнього процесу та громадськістю. Розроблена та апробована методика визначення рівня комунікативності веб-сайту ЗЗСО у вигляді біполярних полюсів оцінок за визначеними критеріями, зарекомендувала себе як засіб, релевантний задачам побудови освітнього процесу у ЗЗСО, що може створити зворотний зв'язок на предмет оцінки наповненості та оперативності щодо інформаційного обміну між учасниками освітнього процесу. Розроблену методику можна рекомендувати до використання при оцінці комунікативних процесів забезпечення якості освіти ЗЗСО. Перспективою подальших досліджень може бути стандартизація розробленої методики для її масового застосування.

Література:

1. Бевз Г. Інформація та соціальна інформація як предметна сфера психологічних та міждисциплінарних досліджень [Електронний ресурс] / Г. Бевз, А. Мельник // Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки» – Київ: Юстон [НАПН України, ДЗВО «Університет менеджменту освіти»] – 2020, 14(43), С. 10-32. Режим доступу: [https://doi.org/10.32405/2522-9931-2020-14\(43\)-10-32](https://doi.org/10.32405/2522-9931-2020-14(43)-10-32)
2. Бутенко Н. Ю. Комунікативна майстерність викладача: Навч. посібник. / Н.Ю. Бутенко — К.: КНЕУ, 2005. — 336 с.
3. Зацерківна М. Порівняльний аналіз ефективності веб-сайтів державних та комерційних ЗВО сфери культури України. [Електронний ресурс] / М. Зацерківна // Соціальні комунікації. Молодий вчений – 2019, № 10 (74), С.570-574. Режим доступу: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-10-74-119>.
4. Калашнікова Л.В. Інтернет-сайти вищих навчальних закладів як інноваційні канали комунікації в умовах формування інформаційного суспільства в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук : спец. 22.00.04. «Спеціальні та галузеві соціології» – Харків: 2005. – 20 с.
5. Коперник І. Ефективні комунікації для освітніх управлінців [Електронний ресурс]/ І. Коперник, К. Краснова. – К: ГО «Смарт освіта», 2019. Режим доступу: <https://nus.org.ua/articles/posibnyk-efektyvni-komunikatsiyi-dlya-osvitnih-upravlintsiv/>
6. Ловка О.В. Модель регуляції комунікації між сім'єю та школою у контексті освітньої реформи [Електронний ресурс] / О.В. Ловка // Вісник післядипломної освіти, 2023. Вип. 26 (55). Серія «Соціальні та поведінкові науки»; Серія «Управління та адміністрування» – С. 76-90. Режим доступу: [Bulletin_26_55_Social_and_behav_Manag_Admin_sciences_Lovka.pdf](#)
7. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: Монографія / О.М. Немеш – Київ: Слово, 2017. – 391с.
8. Прищак М. Д. Комунікація, спілкування, комунікативність: категоріальний аналіз / М.Д. Прищак // Гуманізація і гуманітаризація технічної освіти. Вісник ВПП – 2010, Вип. 2. – С.5-8.
9. Психологія спілкування : навч. посіб. / [Л. О. Савенкова, В. В. Сгадова, Л. Л. Борисенко та ін.] ; за заг. ред. Л. О. Савенкової. — К. : КНЕУ, 2015. — 309с.
10. Crowley, D. David J.; Mitchell, David (1994). *Communication Theory Today*. Stanford, California: Stanford University Press. p 35.
11. Daft R. L. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design / Daft R. L., Lengel R. H. // *Management Science* Vol. 32. – P. 554–571.
12. Davis, Joseph E. (2000). *Identity and Social Change*. Piscataway, New Jersey: Transaction Publishers. P. 66.
13. L.Eger L., Gangur M. (2024). How Universities Communicate with the Public via Social Media: A Content Analysis. *Communication Today*, Vol.15, No.1.P.156-173. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/380225178_How_Universities_Communicate_with_the_Public_via_Social_Media_A_Content_Analysis
14. Eger, L., Egerová, D., Tomczyk, L., Krystoň, M., & Czeglédi, C. (2020). Facebook for Public Relations in the higher education field: a study from four countries Czechia, Slovakia, Poland and Hungary. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(2), P.240–260. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1781737>
15. Osgood, C. E. (1953). *Method and Theory in Experimental Psychology*. New York, NY: Oxford.
16. Walther J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective / Walther J. B. // *Communication Research* Vol. 19, – P.52– 90.

References:

1. Bevz H & Melnyk A. (2020). Informatsiia ta sotsialna informatsiia yak predmetna sfera psykholohichnykh ta mizhdystsyplinarnykh doslidzhen. [Information and social information as a subject area of psychological and interdisciplinary research] *Visnyk pislidyplomnoi osvity*. Ser. "Sotsialni ta povedinkovi nauky" – *Bulletin of postgraduate education*. Series "Social and Behavioral Sciences", issue 14(43), S.10-32. Retrieved from [https://doi.org/10.32405/2522-9931-2020-14\(43\)-10-32](https://doi.org/10.32405/2522-9931-2020-14(43)-10-32) [in Ukrainian]
2. Butenko N. Yu. (2005). *Komunikatyvna maisternist vykladacha*. [Communicative skill of the teacher]: Navch. posibnyk. — Kyiv: KNEU. — 336 s. [in Ukrainian].
3. Zatserkivna M. (2019). Porivnialnyi analiz efektyvnosti veb-saitiv derzhavnykh ta komertsiinykh ZVO sfery kultury Ukrainy. [Comparative analysis of the effectiveness of the websites of state and commercial HEIs in the field of culture of Ukraine]. *Sotsialni komunikatsii. – Social communications*. Molodyi vchenyi. № 10 (74) S.570-574. Retrieved from <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-10-74-119>. [in Ukrainian]
4. Kalashnikova L.V. (2005). Internet-saity vyshchykh navchalnykh zakladiv yak innovatsiini kanaly komunikatsii v umovakh formuvannia informatsiinoho suspilstva v Ukraini [Internet sites of higher educational institutions as innovative channels of communication in the conditions of the formation of the information society in Ukraine] : Extended abstract of candidate's thesis.: Kharkiv, 20 s. [in Ukrainian]
5. Kopernyk I. Krasnova K. (2019). *Efektyvni komunikatsii dlia osvitnikh upravlintsiv*. [Effective communications for educational managers] Kyiv, HO «Smart osvita». Retrieved from <https://nus.org.ua/articles/posibnyk-efektyvni-komunikatsiyi-dlya-osvitnih-upravlintsiv/> [in Ukrainian].
6. Lovka O.V. (2023). Model rehuliatcii komunikatsii mizh simieiu ta shkoloiu u konteksti osvitnoi reformy [Model of regulation of communication between family and school in conditions of education reform] / *Visnyk pislidyplomnoi osvity*. Seriiia "Sotsialni ta povedinkovi nauky" – *Bulletin of postgraduate education*. Series "Social and Behavioral Sciences", issue 26(55); Ser. «Upravlinnia ta administruvannia» – S.76-90. [in Ukrainian].
7. Nemes O.M. (2017). *Virtualna diialnist osobystosti: struktura ta dynamika psykholohichnoho zmistu*: Monohrafiia [Virtual personality activity: structure and dynamics of psychological content: Monograph]. Kyiv: Slovo, 2017. – 391s. [in Ukrainian].
8. Pryshchak M. D. (2010). Komunikatsiia, spilkuвання, komunikatyvnist: katehorialnyi analiz. [Communication, communication, communicativeness: categorical analysis] *Humanizatsiia i humanitaryzatsiia tekhnichnoi osvity*. *Visnyk VPI*, – *Humanization and humanitarianization of technical education*. *VPI Bulletin issue*. 2, S.5-8,. [in Ukrainian].
9. Psykholohiia spilkuвання : navch. posib (2015). [Psychology of communication: teaching manual]/ [L. O. Savenkova, V. V. Shadova, L. L. Borysenko. et al.] ; L. O. Savenkova (Eds.), — Kyiv.: KNEU,. — 309s. [in Ukrainian].