

Титаренко Н. В.

начальник відділу статистики і аналітики дошкільної, загальної середньої та позашкільної освіти ДНУ «Інститут освітньої аналітики», Київ, Україна, nataliatytarenko@gmail.com

Ткаченко В. В.

заступник начальника відділу статистики і аналітики дошкільної, загальної середньої та позашкільної освіти ДНУ «Інститут освітньої аналітики», Київ, Україна, v.tkachenko@iea.gov.ua

Янько А. О.

фахівець I категорії сектору дослідження якості освіти відділу статистики і аналітики дошкільної, загальної середньої та позашкільної освіти ДНУ «Інститут освітньої аналітики», Київ, Україна, annayanko@ukr.net

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ОПОРНИХ ШКІЛ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Анотація. Обґрунтовано доцільність застосування методу контент-аналізу інтернет-ресурсів опорних шкіл для дослідження їхньої інформаційної політики як складової ефективності освітнього процесу. Подано історичну ретроспективу контент-аналізу як методу якісного соціологічного дослідження. Представлено результати здійсненого в межах науково-дослідної роботи «Розвиток системи опорних шкіл в Україні» контент-аналізу сайтів опорних закладів освіти, сформульовано висновки, надано рекомендації для підвищення ефективності інформаційної політики опорних закладів.

Ключові слова: опорні школи, контент-аналіз, інформаційна політика, веб-сайт опорного закладу освіти.

Рис. 6. Літ. 10.

JEL classification: I21, I28.

Інформаційна політика – це важливий інструмент формування об'єктивної світоглядної позиції громадян, який сприяє інформатизації суспільства. А без об'єктивної поінформованості учасників будь-якого процесу неможливо досягти ефективності його впровадження або оновлення. Веб-сайти закладів освіти слугують своєрідними інформаційними майданчиками, на яких може бути відображено різноманітні

аспекти освітньої діяльності. Наповнюваність таких сайтів дозволить задовольнити запит суспільства на відкритість освітнього процесу і всіх його складових. З огляду на це дослідження наповнюваності сайтів закладів загальної середньої освіти, на нашу думку, видається актуальним.

Метою статті є представлення прийомів контент-аналізу, які використані під час наукового дослідження діяльності опорних закладів осві-

ти та отриманої на його основі статистичної і аналітичної інформації.

Оскільки об'єктами нашого дослідження є опорні школи, ми звернули увагу на наповнюваність веб-сторінок саме опорних закладів загальної середньої освіти. На першому етапі науково-дослідної роботи нами було проведено кількісне дослідження, спрямоване на виявлення особливостей функціонування опорних шкіл на етапі їх формування. Це дозволило зібрати певний набір статистичних даних. Аналізуючи зібрані дані, ми виявили низку закономірностей, які необхідно було перевірити іншими дослідницькими методами. На другому етапі нашого дослідження ми використали кількісний метод – контент-аналіз.

Контент-аналіз – метод вивчення документованих джерел, що належить до кількісної стратегії соціологічного дослідження. Метод орієнтований на отримання статистично надійних даних, які можуть бути поширені на всю генеральну сукупність, адже контент-аналіз передбачає статистично точне вимірювання. Для здійснення квантифікації у контент-аналітичному дослідженні розроблено ряд формул на основі різних методик, технік та процедур. Предметом контент-аналітичних досліджень виступають соціальні проблеми, які відображені чи приховані в документах або внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження [1].

Проблема аналізу великих текстових масивів вперше була поставлена саме в рамках лінгвістики. Застосування методу аналізу документів має довгу історію. Деякі дослідники вважають, що використання методу

започатковане подією, яка відбувалася ще у першій половині XVII ст. у Швеції. Теологи здійснили порівняння релігійної збірки «Пісні Сіону» з гімнами офіційної церкви стосовно кількості та смислового наповнення провідних релігійних ідей. За офіційною версією вважається, що метод кількісного аналізу документів походить з американської журналістики, адже перші ґрунтовні та чітко сплановані дослідження були присвячені вивченню американських видань (кінець XIX ст.).

Американський журналіст Дж. Спід вперше (1893 р.) застосував формалізований аналіз тексту у межах дослідження динаміки вмісту недільних випусків нью-йоркських газет за 1881–1883 рр. Обсяг матеріалів за кожною темою вимірювався в дюймах. За результатами контент-аналізу була опублікована стаття «Чи дають тепер газети новини?», у якій Дж. Спід зробив висновок, що газети стали приділяти більше уваги пліткам і скандалам, а менше – літературі, політиці та релігії [2].

Під час Другої світової війни на основі даних контент-аналізу ефіру європейських радіостанцій розвідка армій антигітлерівської коаліції робила висновок про територіальне розташування військ на континенті. Тоді ж, у 40-х роках XX ст., контент-аналіз почали застосовувати для визначення достовірності історичних документів. Дослідники рахували певні слова у тих документах певного автора, автентичність яких була доведена, та порівнювали їх кількість у сумнівних документах [3]. Застосування контент-аналізу знайшло своє відображення у межах діяльності українських дослідників. Контент-

аналіз використовується ними при проведенні культурно-історичних досліджень, зокрема, для атрибування (від лат. *atributio* – визначення достовірності, автентичності художнього твору, його автора, місця й часу створення на підставі аналізу стилістичних і технологічних особливостей) текстів [1].

У межах соціологічних досліджень контент-аналіз уперше був використаний американським соціологом Г. Лассуеллом. За його визначенням головний принцип контент-аналізу полягає у роздрібнюванні структурних елементів текстового масиву: «необхідно анатомувати суцільний масив тексту так, щоб найдрібніша одиниця аналізу включала якості цілого, і на підставі переваги тих чи інших тверджень виявити тенденції розвитку» [4].

За твердженнями інших соціологів, загальними принципами використання контент-аналізу є:

- застосування методу рекомендується в усіх випадках, коли потрібен високий ступінь точності чи об'єктивності аналізу;

- контент-аналіз, як правило, застосовується при наявності великого за обсягом і несистематизованого матеріалу, коли безпосереднє застосування останнього ускладнено;

- контент-аналіз корисний у тих випадках, коли категорії, важливі для цілей дослідження, характеризуються певною частотою появи у досліджуваних документах;

- контент-аналіз часто дає хороші результати, коли велике значення для досліджуваної проблеми має сама мова джерела інформації, яке вивчається, його специфічні характеристики [5].

Метод контент-аналізу був обґрунтований Г. Лассуеллом також і з точки зору процедури його проведення. Наразі виокремлюють наступні етапи аналізу:

1. Підготовка програми дослідження. Відбувається обґрунтування методу (визначається актуальність, об'єкт, предмет, мета, завдання, гіпотези дослідження). Отже, формується емпірична теорія дослідження, здійснюється систематизація гіпотез. Ті гіпотези, які не піддаються перевірці на основі даних – відкидаються.

2. Розробка категорій. У межах даного етапу дослідники повинні здійснити обґрунтування концептуальної моделі, концептуальної схеми, категоріальної моделі, чітко сформулювати робочі гіпотези, а також сформувати кодифікатор контент-аналізу.

3. Етап обґрунтування джерел, що використовуватимуться у межах дослідження. Цей етап передбачає визначення кола документованих джерел, які містять матеріали та тематики, які цікавлять дослідника. Доцільно встановити додаткові умови відбору матеріалу: здійснити традиційний аналіз документу, зовнішню класифікацію документу, внутрішню класифікацію документу. У ході здійснення цих процедур відбувається визначення автентичності джерела, виду повідомлення, визначається оптимальний обсяг тексту, уточнюються характеристики автора/авторів, здійснюється опис соціального контексту створення документу. Існують і інші критерії відбору повідомлень, що варіюються залежно від поставлених завдань дослідження [4].

Виділяють два основні види документів для контент-аналізу [6]:

– текстові чи змішані документи (тексти з графіками, діаграмами, таблицями, тощо), у яких аналізуються тільки текстові матеріали з метою виявлення значущої інформації. Також ці джерела використовують для стискання текстів, щоб отримати основну ідею (предмет) таких типів документів, наприклад, звітів, анотацій, рефератів, наукових робіт тощо;

– змішані документи або табличні дані, які можна виокремити з таких документів, як звіти, заяви тощо. Такого типу документи мають багато табличних матеріалів, на основі яких формуються вторинні дані, що входять до складу різних звітів та інших аналітичних матеріалів. Зазвичай табличні дані супроводжуються текстовими матеріалами.

3.1. Після визначення характеристик джерел, які планується задіяти в межах дослідження, розпочинається процес пошуку джерел даних.

3.2. Наступний етап аналізу – визначення кола й основних характеристик документів (найменування, автор, кількість символів та графічних елементів, періодичність виходу, тиражі тощо).

3.3. Побудова вибіркової сукупності документів і формування індикаторів, за якими буде здійснюватися аналіз.

3.4. Остаточна чистка та перевірка основи вибірки і переліку індикаторів.

4. Визначення логічної моделі предмету контент-аналізу. Проведення відбору.

У випадку, якщо вибірка сукупність нараховує невелику кількість елементів, можна здійснити суцільний відбір. Застосування суцільного методу відбору характеризується

тим, що обсяг і наповненість генеральної та вибіркової сукупності співпадають. Використання контент-аналізу передбачає можливість скорочення вибіркової сукупності, якщо елементи сукупності є гомогенними. Така процедура називається редукцією (процес, що призводить до скорочення елементів вибіркової сукупності на основі подібності певних ознак). Зазвичай редукція застосовується у випадку, якщо об'єм генеральної сукупності є дуже великим. Зазвичай у межах контент-аналітичних досліджень використовується проста випадкова вибірка, коректне розрахування якої призводить до досягнення репрезентативних та статистично значущих даних. Розрахунок обсягу вибіркової сукупності залежить від багатьох факторів, серед яких можна виокремити наступні: термін, наведений для виконання дослідження; фінансові та людські ресурси; досяжність елементів вибіркової сукупності; обсяг та наповненість документальних джерел. Часто обсяг вибіркової сукупності визначається дослідниками з огляду на здоровий глузд, а не розрахунком допустимої помилки вибірки та репрезентативності масиву джерел [5].

5. Розробка методики аналізу. Під час розробки методики, виокремлюють наступні проміжні етапи:

5.1. Класифікація виокремлених індикаторів відповідно до досліджуваної проблеми;

5.2. Визначення одиниць аналізу;

6. Пілотне дослідження, перевірка методики стосовно її надійності.

7. Етап збору первинної емпіричної інформації відбувається шляхом заповнення кодифікатора.

Дотримання процедури збору первинної емпіричної інформації для контент-аналізу є передумовою для її успішної обробки та аналізу. Аналізуючи отримані дані, дослідник орієнтується на розв'язанні завдань, які перед ним стоять, переважно у вузькій предметній сфері. При цьому важливо використовувати дослідницький досвід для вибору інструментарію і пошуку джерел інформації, які нададуть необхідну інформацію. Таким чином можна сказати, що науковець здійснює збір, обробку та аналіз документованих джерел крізь призму власного дослідницького та життєвого досвіду. Філософ А. Бергсон зауважив, що кожна людина виражає власні думки, пропускаючи їх крізь «інтелектуальний фільтр». Цей процес можна назвати традиційним аналізом документів, під час якого дослідник фокусується на сукупності ітерацій (логічних ланцюжків), які дають змогу розкрити їх зміст.

Під час збору первинних даних, інформація проходить процес категоризації згідно з визначеними дослідником правил.

8. Етап кількісної обробки зібраної первинної інформації.

9. Візуалізація та інтерпретація здобутих результатів, формування висновків дослідження.

Перед розробкою кодифікатора контент-аналізу визначають категорії аналізу – це найбільш загальні, ключові поняття, які відповідають конкретним дослідницьким завданням. Поняття «категорії аналізу» увів М. Уїллі в 20-тих роках ХХ ст. у межах дослідження змісту «Провінційної газети». Дослідник застосував класифікацію змісту досліджуваної статті

за трьома критеріями, які назвали категоріями:

- тема чи сфера соціальної дійсності;
- форма рубрики/складової (новини, передова стаття тощо);
- поєднання першого і другого (наприклад, новини культури).

М. Уїллі обґрунтував загальні критерії, за якими виділяють категорії:

- універсальна порівнянність досліджуваних об'єктів, а саме: доцільно, щоб категорії можна було застосовувати до всіх газет загального порядку, щоб вони давали можливість порівняти різні газети в один час, одну газету у різні часи, різні газети у різні часи;
- об'єктивність і точність, суб'єктивізм зведений до мінімуму [1, с. 62].

Перелік категорій дослідження – це своєрідна схема, за допомогою якої дослідник структурує свою діяльність та має змогу проводити контент-аналіз. Виокремлення категорій на прямому залежить від мети дослідження. Доцільне визначення переліку категорій визначає загальні результати дослідження. Виокремлення категорій залежить від сприйняття та ступеня суб'єктивності дослідника, цей етап дослідження можна назвати «якісним», який передує кількісному. Суттєвим обмеженням під час формування категорій дослідження є визначення оптимальності охоплення досліджуваного об'єкта: якщо сформулювати занадто вузькі категорії, можна втратити змістовну частину документального джерела. Проте, виокремлення узагальнених категорій загрожує втратою можливості дослідити нетипові складові досліджуваних джерел.

Отже, правильне виокремлення категорій аналізу визначає успіх кон-

тент-аналітичного дослідження. До категорій висувається ряд вимог:

- чіткість та однозначність за змістом;

- вичерпність, тобто категорії аналізу повинні охоплювати усі структурні частини змісту документа, що представляють важливість у межах контент-аналітичного дослідження;

- взаємовиключеність, тобто одні й ті ж частини змісту документів не повинні належати до різних категорій;

- об'єктивність та надійність означає, що будь-який кодувальник повинен розуміти категорії аналізу однозначно. З метою уникнення суб'єктивності у співвіднесенні структурних елементів досліджуваного об'єкта категорії можуть бути розбиті на підкатегорії. Так, наприклад, з огляду на тематику нашого дослідження, категорія «наповнення сайту опорної школи» може мати такі підкатегорії, як «інформативно корисне» й «інформативно некорисне» для учасників освітнього процесу. Правильний вибір категорій і підкатегорій досліджуваного об'єкта унеможливить суб'єктивність думок дослідника, який проводить контент-аналіз, а робота кодувальника полягатиме лише у заповненні кодувальника;

- категорії повинні бути доцільними, тобто повністю відповідати меті та завданням дослідження;

- формулюватися таким чином, щоб володіти універсальною порівняльністю (можливістю порівнювати зміст текстів, які аналізуються).

Після окреслення категорій і підкатегорій досліджуваного об'єкта виділяють одиниці аналізу. Одиниці аналізу – структурні одиниці, які репрезентовані щодо всього тексту

і його окремих істотних частин [7]. При виділенні одиниць аналізу враховують як мету та завдання дослідження, так і специфіку конкретного об'єкта аналізу (для нашого дослідження об'єкт аналізу – це сайт опорної школи).

Для проведення якісного етапу дослідження науковці визначають такі одиниці аналізу:

- окремі слова, словосполучення, терміни. Наприклад, освіта, учень, інформатизація, заклад освіти тощо;

- одне-два речення, які відображають певні смислові образи та об'єднуються в певну підтему. Такі одиниці аналізу забезпечують повнішу характеристику змісту документа, ніж окремі слова, або словосполучення. Наприклад, освітня програма, стратегія розвитку закладу, штатний розпис тощо;

- абзаци (2–4 речення), які висвітлюють певну конкретну тему. Абзаци можуть бути віднесеними до одиниць аналізу у випадку, якщо у його межах наведена лише одна конкретна тема, яка є важливою для дослідника;

- прізвища та імена історичних діячів, аналіз яких надає інформацію про досліджувану історичну епоху: панування ідеологічних ідей, напрям соціально-економічних, політичних думок, особливості формування громадської думки у суспільстві. До цієї категорії одиниць аналізу також можна віднести згадування певних соціальних спільнот, угруповань, закладів, організацій, соціальних інститутів, з якими пов'язана діяльність досліджуваного об'єкта – закладу освіти;

- логічні судження, думки, умови автору документального джерела. Ця категорія одиниць аналізу має

великий ступінь суб'єктивізму, може трактуватися по-різному. Структура таких одиниць аналізу є диференційованою, містить кілька елементів.

Якщо окремі одиниці аналізу можуть бути неправильно витлумачені, вони розглядаються в межах контекстуальних одиниць. Наприклад, для одиниці аналізу «слово» контекстуальна одиниця – «речення» [1, с. 68].

Під час проведення кількісного етапу дослідження встановлюють одиниці рахунку – знаки та символи, які дають можливість представити в абсолютних величинах насиченість тексту категоріями аналізу.

Практики-соціологи визначають одиниці рахунку, які застосовують в межах кількісного етапу досліджень:

1. Показники часу-простору, який займає в документі кожна з виділених категорій. У цьому випадку за одиницю підрахунку беруть кількість зображень (знаків, характеристик освітнього процесу і діяльності закладу), відбувається вимірювання площі цих об'єктів по відношенню до загальної площі документа.

2. Насичення тексту ознаками. Цей спосіб підрахунку передбачає визначення ознак певної характеристики змісту в кожній частині документа (наприклад, відвідувань сайту).

3. Поява категорій через конкретні слова, фрази, символи (наприклад, згадування терміну «заклад освіти» позначає категорію «опорна школа»).

Незважаючи на детальне виокремлення всіх складових контент-аналізу, недосконалі і незрозумілі настанови дослідника унеможливають правильну інтерпретацію зібраних даних. У такому випадку люди, використавши одні й ті ж самі дані, цілком імовірно зроблять протилежні висновки.

Схема підготовки до здійснення контент-аналізу сайтів опорних шкіл, розроблену виконавцями науково-дослідної роботи, показано на рис. 1.

На думку дослідників, великий ефект для об'єктивної інтерпретації висновків дослідження дає порівняння результатів контент-аналізу з ви-

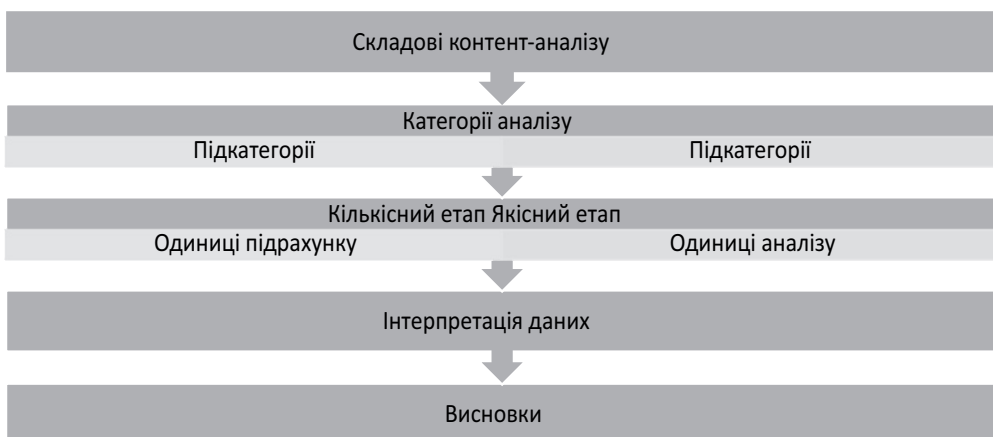


Рис. 1. Схема підготовки до здійснення контент-аналізу

Побудовано виконавцями НДР.

вченням тієї самої проблеми іншими методами [1; 12].

Фахівець із контент-аналізу Б. Берельсон уважав, що основними шляхами інтерпретації даних є простеження тенденцій статистичних змін, внутрішньотекстові порівняння, зіставлення контент-аналітичних та інших джерел. Б. Берельсон описав 17 видів використання контент-аналізу для висновків про характер змісту, про комунікаторів, реципієнтів і можливі ефекти [8]. Л. Н. Федотова додала такі напрями інтерпретації:

- порівняння характеристик тексту з різних джерел;
- порівняння характеристик тексту з настановами видавця;
- порівняння різних засобів інформації;
- порівняння діяльності джерел у динаміці;
- порівняння характеристик тексту з даними досліджень інших частин комунікаційного ланцюжка (іншими методами);
- порівняння характеристик тексту з теоретичними уявленнями автора-дослідника [1, с. 68].

За умови дотримання всіх структурних елементів контент-аналізу, на нашу думку, інтерпретація результатів дослідження буде більш об'єктивною на відміну від інтерпретації в інших соціологічних методах.

Під час формування висновків у контент-аналітичних дослідженнях виділяються текстуальні та контекстуальні типи. Від типу висновків залежить спосіб аналізу даних, а саме:

1. Текстуальні висновки стосуються текстової «реальності», комунікативного середовища, у якому існують досліджувані тексти/об'єкти. Аналіз, що дозволяє формувати текстуаль-

ні висновки, стосується текстової «реальності» і базується на характеристиках вибірки. Натомість вибірка з великою кількістю пропущених значень опосередковано впливає на можливість здійснювати аналіз з використанням складних статистичних методів, а у випадку якісних досліджень – на можливість висувати узагальнюючі твердження, які не мають підґрунтя. А це є ознакою маніпуляції або продукування «пустих» цифр, які не мають реального змістового наповнення, що суперечить етиці і доброчесності досліджень.

2. Контекстуальні висновки стосуються контексту, тобто реалій, відображених (репрезентованих) у тексті/об'єкті дослідження. Аналіз, що дозволяє формувати контекстуальні висновки, враховує характеристики вибірки, обґрунтування об'єктивності отриманої із об'єктів аналізу інформації, повноту інформації про об'єкт позатекстуальної реальності [9, с. 101].

Відсутність трьох вищеназваних об'єктів для аналізу унеможливорює висунення узагальнюючих тверджень про позатекстову реальність, що також є ознакою маніпуляції чи продукування «порожніх» даних.

За спостереженнями фахівця з контент-аналізу О. В. Іванова, більшість якісних контент-досліджень, висновки за якими виходять за межі текстової реальності, не повною мірою відповідають критеріям якості такого виду досліджень. Отже, досліджень, виконаних у повній відповідності з еталонними вимогами до якісного контент-аналізу – одиничні [10]. Виявивши такий стан речей, виникає запитання, чи є підстави вважати висновки, сформульовані за

результатами (невалідними¹, недостовірними² та ненадійними³) таких досліджень, достовірними та такими, яким можна довіряти? Вважається, що на правдивість висновків за результатами таких досліджень впливає досвід дослідників, їх інтуїція, обізнаність з об'єктом та предметом досліджень. Крім того, отримані дані можуть бути відкориговані дослідником шляхом їх реінтерпретації (виділення ключових результатів аналізу). У цьому випадку експерт отримує можливість для маніпуляції даними, що є неприпустимим для дослідників та людей, які бажають свідомо приймати виважені управлінські рішення на основі якісно проведених досліджень.

З огляду на предмет нашого дослідження, а саме: особливості функціонування опорних шкіл у контексті оцінювання інформаційної політики опорних закладів, ми використали контент-аналіз для отримання статистичних даних про наявність сайтів у опорних школах (ОШ), аналізу їх змістового наповнення. Результатом контент-дослідження мали статистично сформульовані рекомендації щодо заходів, спрямованих на покращення

інформаційної політики та популяризації опорних закладів загальної середньої освіти.

У межах дослідження з лютого по квітень 2018 р. здійснено контент-аналіз сайтів опорних шкіл для визначення ефективності цього інформаційного ресурсу.

Контент-аналіз, а власне кількісна складова, сайтів ОШ передбачав аналіз їх інтерфейсу за категоріями: змістове наповнення, інформативність, наявність уніфікованих даних, навчальних програм, програми стратегії розвитку закладу, інформації для батьків тощо.

У процесі дослідження було проведено аналіз генеральної сукупності досліджуваних об'єктів, а саме 450 сайтів створених на час проведення контент-аналізу опорних шкіл.

Загалом майже 60 % опорних закладів мають власний сайт. Інформацію про інші 42 % ОШ можна отримати лише в інформаційних системах освіти, таких як: ДІСО, ІСУО, Open-school тощо. У цих інформаційних системах для 4 % закладів посилання на веб-сторінку неактивне. Для 38 % ОШ навіть немає посилання, отже, ці заклади освіти не представлені в мережі Інтернет (рис. 2).

Отже, уся статистична інформація, наведена нижче, стосується 58 % опорних закладів, які мають веб-сторінки. У більшості випадків (63 %) сайти ОШ є типовими, створеними за наявними шаблонами, інформація на них структурована за стандартними розділами. Змістове наповнення низки сайтів характеризується певним хаотичним розміщенням інформації, відсутністю загальнообов'язкових форм. Наразі 13 % проаналізованих веб-сторінок є сучасними та інтерак-

¹ Валідність висновків дослідження залежить від репрезентативності вибірки. Обрані для аналізу об'єкти повинні достатньо повно репрезентувати усю сукупність. Для досягнення високої валідності велике значення має правильний підбір одиниць дослідження. Вони повинні бути обрані так, щоб у результаті квантифікаційних процедур висновки презентували повний зріз змісту за темою дослідження.

² Достовірність контент-аналізу ґрунтується на тому, що на дослідження не повинна впливати суб'єктивність думок того, хто його проводить.

³ Надійність передбачає обґрунтованість (відповідність законам і поняттям дослідження) та стійкість чи відтворюваність результатів.

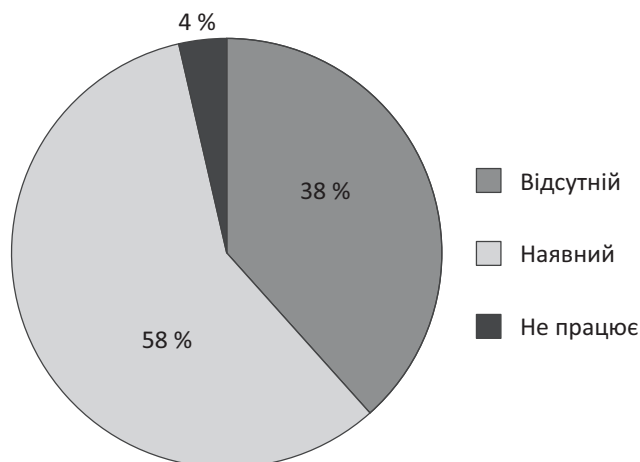


Рис. 2. Наявність сайту опорних шкіл

Побудовано авторами за даними дослідження.

тивними. Також виявлено неактивовані веб-сторінки, тобто сайт створений, але жодний розділ не містить даних (рис. 3).

У розрізі областей аналіз сайтів продемонстрував певні відмінності, а саме: найбільше сайтів опорних шкіл створено в Черкаській (100 %), Дніпропетровській (87,5 %) та Тернопільській (81,8 %) областях; найменше – в Одеській (76 %), Вінницькій

(77,8 %) та Донецькій (75 %) областях. Під час аналізу була зафіксована несправність деяких сайтів. Найвищий показник непрацюючих сайтів зафіксований в Івано-Франківській (16,7 %), Миколаївській (14,3 %) та Волинській областях (12,5 %) (рис. 4).

Відповідно до концепції реформування загальної середньої освіти «Нова українська школа» (НУШ), під час підготовки контент-аналізу були



Рис. 3. Оформлення сайтів

Побудовано авторами за даними дослідження.

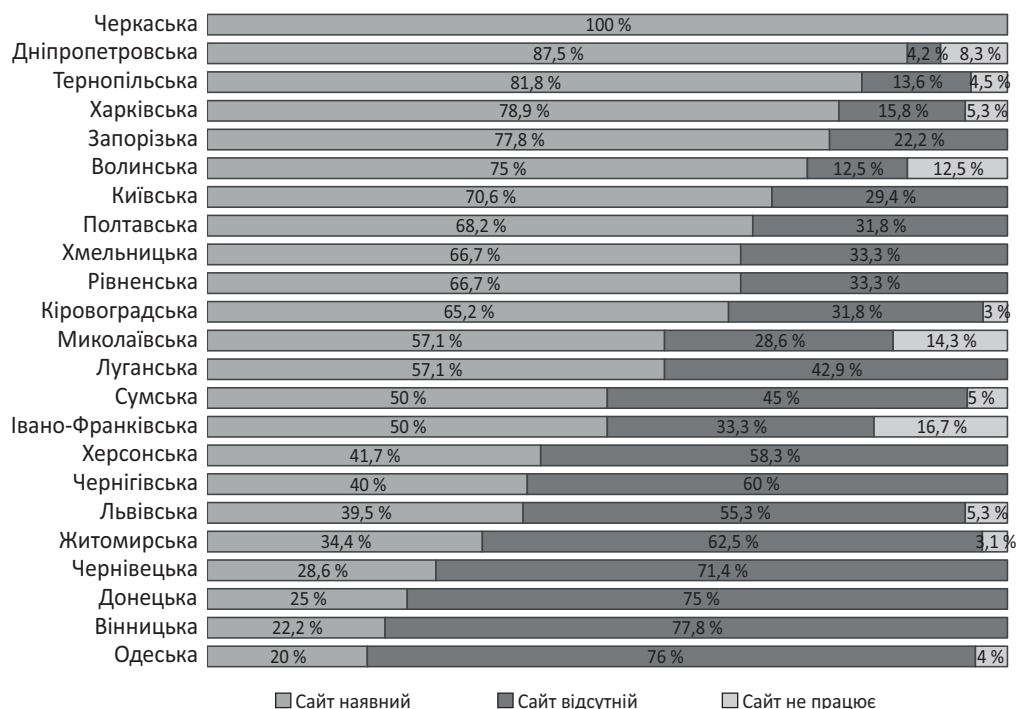


Рис. 4. Наявність сайтів опорних закладів освіти в розрізі областей

Побудовано авторами за даними дослідження.

виокремлені одиниці аналізу, за якими відбувалося оцінювання інформаційної політики опорних закладів, а власне, наповнюваності сайтів ОШ. До таких ми віднесли інформацію про:

- повну офіційну назву закладу освіти;
- інформацію про директора;
- контакти школи;
- джерела та суми фінансових надходжень; звіти про їх використання;
- інформацію або посилання на матеріали проекту «Нова українська школа»;
- дані про профілі навчання;
- проектну потужність закладу освіти.

Розподіл, поданий на рис. 5, демонструє, що на більшості сайтів наявна інформація про директора та інформація про контактні дані школи (82,4 % та 77,3 % відповідно). Проте

на сайтах опорних закладів освіти зрідка викладають матеріали НУШ (7,7 %), також здебільшого відсутня інформація про профілі навчання (93,2 %) та проектну потужність (93,8 %).

Аналіз типів фінансової інформації, представленої опорними закладами освіти, виявив, що як адміністрації шкіл, так й адміністратори сайтів по-різному підходять до візуалізації та розміщення звітних документів про фінансові надходження й витрати. Таким чином, аналіз фінансової звітності закладів викликав певні труднощі. З огляду на це, ми вважаємо, що варто сформулювати конкретні вимоги та розробити єдиний шаблон для розміщення і переліку інформації щодо фінансової звітності закладу освіти на сайті. Майже на всіх сайтах викладено інформацію

про видатки. Найвищим показником відсутності фінансової інформації характеризуються сайти опорних шкіл Вінницької області, а саме: на 80 % сайтів інформаційно-фінансова складова відсутня (рис. 6).

За результатами контент-аналізу сформульовані висновки.

Сайт закладу освіти є важливою складовою єдиного освітнього простору, зокрема інформаційного, тому його змістове наповнення повинно бути максимально інформативним, містити уніфіковані дані, посилання на державні освітні проекти та нормативно-правові документи, нав-

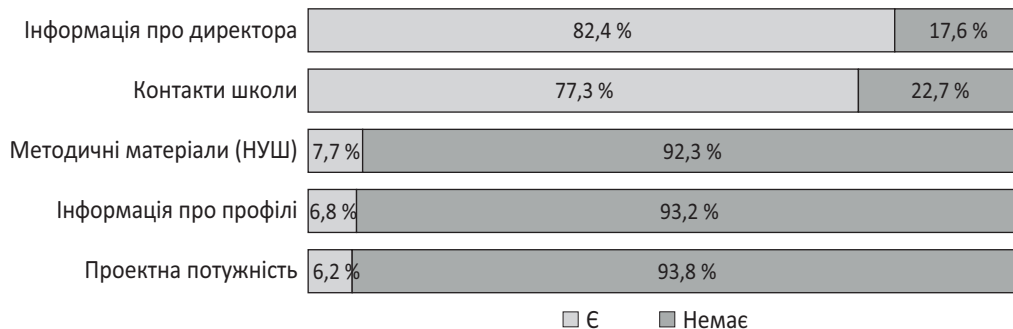


Рис. 5. Наповнюваність сайтів опорних закладів освіти

Побудовано авторами за даними дослідження.

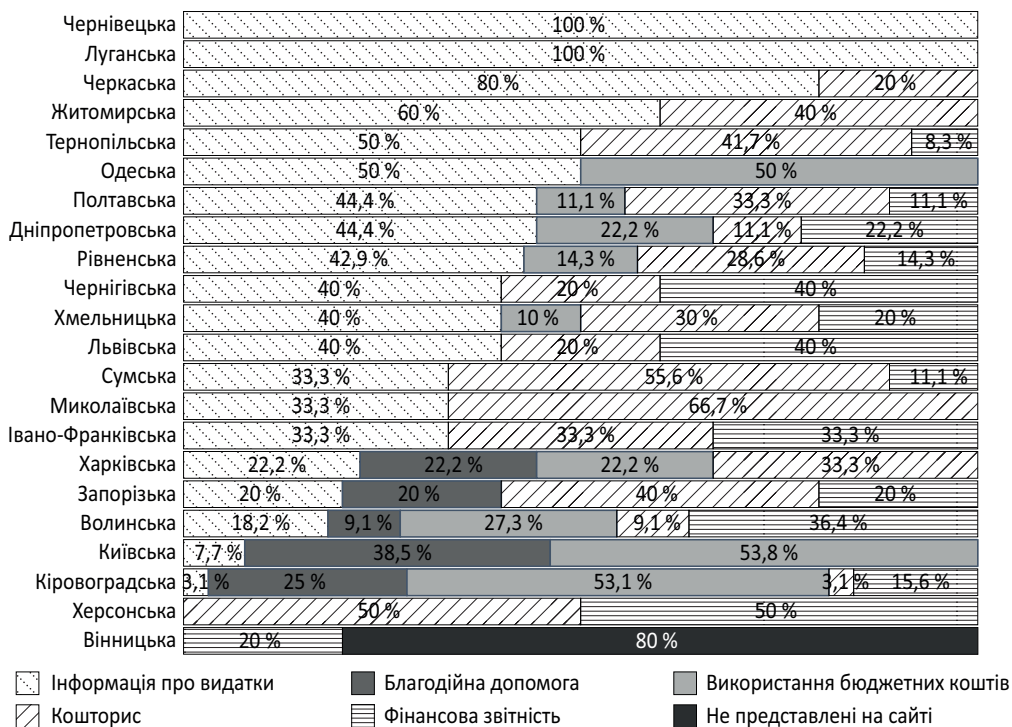


Рис. 6. Типи фінансової інформації, представлені опорними навчальними закладами

Побудовано авторами за даними дослідження.

чальні програми, програми стратегії розвитку закладу, інформацію для батьків тощо.

Загалом майже 60 % опорних закладів України мають власні веб-сторінки. Це достатньо невеликий показник для закладів освіти, які сьогодні є інноваційними за формою організації освітнього процесу. Змістове наповнення проаналізованих сайтів ОШ не дає можливості скласти реєстр цих закладів освіти, оскільки у більшості випадків відсутні уніфіковані дані, як-от: статичні (постійні) – назва, адреса та засновник (засновники) закладу освіти, адреси та кількість філій; динамічні (змінні) дані, наприклад, стратегія розвитку школи тощо.

На веб-сторінках більшості шкіл розміщена інформація про склад педагогічного колективу й адміністрації, навчальні програми, дані про фінансову звітність тощо. Разом з тим ця інформація не уніфікована, тому неможливо її узагальнити для отримання стратегічного бачення розвитку опорних шкіл. Невелика кількість сайтів містить інформацію про проект «Нова українська школа».

Більша частина сайтів опорних закладів не містить інформацію про філії, профілі навчання, місію та стратегію школи. Веб-сторінки опорних закладів створюються за типови-

ми, майже однаковими шаблонами. Трапляються також сайти, які не заповнені інформацією.

Контент-аналіз сайтів і узагальнені висновки дозволили сформулювати рекомендації щодо їх подальшого розвитку. Надалі Міністерству освіти і науки України в рамках реалізації державної інформаційної політики щодо розвитку опорних шкіл доцільно скласти рекомендаційний лист в обласні управління освіти для директорів опорних шкіл з уніфікованим переліком необхідних даних про навчальний заклад та типовою формою фінансової звітності, яка має бути розміщена на сайті.

Наявність сучасного, інтерактивного сайту:

- сприятиме оперативному отриманню батьками та учнями необхідної інформації та створить сучасний зворотний зв'язок між усіма суб'єктами освітньої діяльності;

- надасть громадськості, місцевим територіальним громадам доступ до відкритих даних про діяльність опорних шкіл, що сприятиме їх популяризації як на місцевому рівні, так і на загальнодержавному;

- забезпечить органи управління освітою різного рівня об'єктивною інформацією про діючі опорні заклади і дозволить сформувати реєстр опорних шкіл.

Список використаних джерел

1. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2003. URL: <http://i-soc.com.ua/assets/files/journal/sockult/kostenko.pdf> (дата звернення 20.08.2018).
2. Danielson, W. Content Analysis in Communication Research // Introduction to Mass Communication Research / R. Nafziger and D. White (eds.). Michigan : Baton Rouge, 1966. P. 180–206.
3. The Analysis of Communication Content. Developments in Scientific Theories and Computer Techniques / Ed. by G. Gerbner, O. Holsti, K. Krippendorff, W. Paisley, Pf. Stone. N. Y., 1969. P. 2.

4. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. N. Y., 1927. P. 2.
5. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1998. URL: <http://www.sociologos.ru/upload/File/deviatko.pdf> (дата звернення 20.08.2018).
6. Алешин Л. И., Гузев Ю. С. Рерайтинг – переработка текстов своими руками. М. : Литера, 2011. URL: <http://inforaz.narod.ru/analiz-2.html> (дата звернення 20.08.2018).
7. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. М. : Изд-во «Наука» ; Академия наук СССР, Институт социологических исследований, 1984. URL: <http://www.isras.ru/files/File/Publication/Dridze.pdf> (дата звернення 20.08.2018).
8. Berelson, B. Content Analysis // Handbook of Social Psychology / Ed. G. Lindzey. Massachusetts ; London : Reading, 1959. V. 1. P. 517.
9. Федотова Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М. : Ин-т социологии РАН, 2001. URL: http://www.sociologos.ru/upload/File/Content_Fedotova.pdf (дата звернення 20.08.2018).
10. Иванов О. В. Кількісний аналіз тексту чи продукування числових артефактів: до питання аудиту контент-аналітичних досліджень. *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*. 2013. Т. 148. С. 11–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMA_2013_148_4 (дата звернення 20.08.2018).

Natalia Tytarenko, Valentyna Tkachenko, Anna Yanko

INFORMATION POLICY OF HUB SCHOOLS AS A COMPONENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE EDUCATIONAL PROCESS

Abstract. *The article substantiates the expediency of using the content analysis in Internet resources of hub schools for studying their information policy as a component of the effectiveness of the educational process. Historical retrospective of content analysis is presented as a method of qualitative sociological research. The article also presents the results of the content analysis of hub schools' websites that was carried out in the research work «Development of the system of hub schools in Ukraine». In accordance with the tasks of the first stage of research, a quantitative survey was conducted to identify the peculiarities of the hub schools functioning at the stage of their formation. A specific set of statistics has been collected. As a result of data analysis, a number of patterns which served as the basis for formulating the tasks of the second stage of research and the choice research methods have been identified. During the second phase of the research (from February to April 2018), a content analysis of the hub schools' websites was carried out to determine the effectiveness of this information resource. Content analysis of hub schools' websites, especially the quantitative component of this method, provided an analysis of their interface for certain categories. In the process of research, an analysis of the general set of the studied objects (in particular 450 websites created during content analysis of hub schools) has been conducted. The results of the study helped to formulate conclusions and make recommendations on improving the effectiveness of information policy of hub schools.*

Keywords: *hub schools, content analysis, information policy, website of the hub school.*