

Т.А. Мерцалова

к.пед.н., ведущий научный сотрудник Центра социально-экономического развития школы Института образования Национального исследовательского университета "Высшая школа экономики"

С.Г. Косарецкий

к.пс.н., Директор Центра социально-экономического развития школы Института образования Национального исследовательского университета "Высшая школа экономики"

Рейтинг официальных сайтов общеобразовательных организаций: основные результаты исследования

В декабре 2012 – январе 2013 года в рамках проекта «Социальный навигатор» было проведено рейтингование информационной открытости официальных сайтов общеобразовательных организаций (школ) Российской Федерации. В рейтинге приняли участие школьные сайты 24 субъектов РФ из 6 федеральных округов.

Исследование проводилось по специальной «Методике построения рейтинга информационной открытости официальных сайтов общеобразовательных учреждений (школ)», разработанной сотрудниками НИУ ВШЭ, которая прошла утверждение в экспертном совете по образованию Центра социальных рейтингов РИА Новости. В широком смысле целью формирования и публикации рейтинга является привлечение внимания к проблеме информационного взаимодействия образовательных учреждений с общественностью, перспективам его развития, а также оценка возможностей удовлетворения информационных и коммуникационных запросов пользователей, повышения эффективности работы школьных информационных ресурсов.

Время для проведения рейтингования совпало с активизацией политики Правительства РФ, ориентированной на расширение информационной открытости сферы социальных услуг. Проект «Социального навигатора», по сути, может рассматриваться как пилотная апробация формы независимого общественного рейтингования образовательных организаций, актуальность которой недавно была озвучена в Указах Президента РФ.

Выяснить насколько школьные сайты готовы ответить на растущие информационные запросы и коммуникационные потребности родительской аудитории – это и стало основной задачей проведенного исследования.

Одной из ведущих задач проекта «Социальный навигатор» является улучшение качества социальной жизни. Демонстрация и анализ лучших социальных практик – один из механизмов реализации данной задачи. В связи с этим в данном рейтинге представлены только *лучшие сайты из каждого региона* – по 10% от числа всех общеобразовательных организаций.

Школьные сайты: незнание спроса – снижение качества

Система образования одна из первых в социальной сфере активно включилась в процессы создания информационных ресурсов образовательных организаций. Причем, государственные учреждения, вступили в этот процесс едва ли не раньше негосударственных.

Безусловно, такое лидерство положительно сказалось на качестве официальных сайтов многих школ РФ. Тем не менее, наблюдается сильная дифференциация не только самих школ, но и их информационных ресурсов. Даже в группе лидеров эти различия в уровне информационной открытости сайтов довольно заметны.

В целом качество сайтов-лидеров может быть оценено, как «удовлетворительное». Две трети сайтов из топа лучших имеют итоговый индекс высокий (11%) и выше среднего (56%) уровня (диаграмма 1).

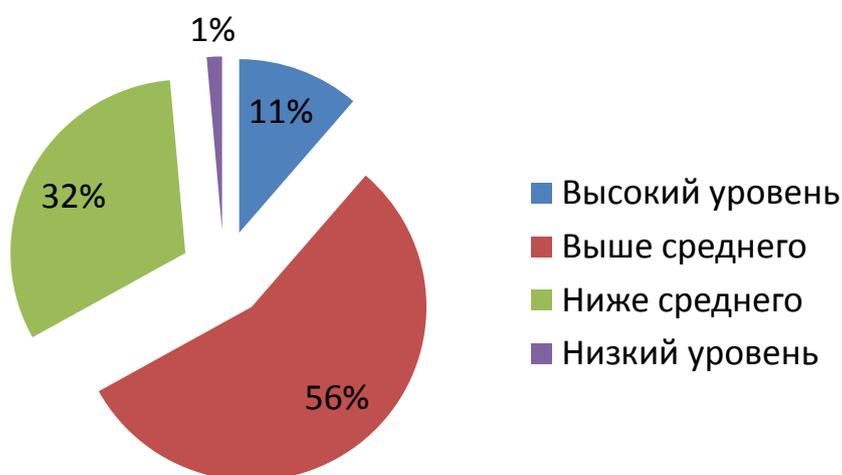


Диаграмма 1. Распределение лучших сайтов по уровням информационной открытости

Максимального значения индекса, равного 1, не получил ни один из участников рейтинга. Самое высокое значение итогового индекса – 0,89 – у МБОУ СОШ № 11 г. Канска (Красноярский край).

Важно отметить, что по промежуточным индексам по различным направлениям рейтингования многие сайты получили максимальную оценку, то есть они полностью соответствуют пользовательскому запросу по данным параметрам (диаграмма 2).

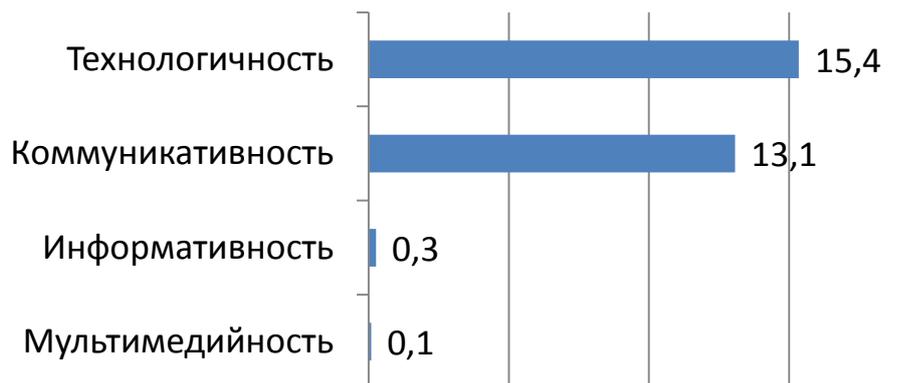


Диаграмма 2. Доля сайтов, получивших максимальную оценку по направлениям рейтингования, в %

Степень удовлетворения лучшими сайтами пользовательского запроса колеблется от 20 до 95%. В среднем она составляет примерно 60%: из 81-го элемента (информационные материалы и сервисы), которые пользователи хотели бы видеть на сайтах общеобразовательных учреждений, в среднем представлены около 47.

Следует отметить очень большую дифференциацию качества сайтов даже внутри группы лидеров: самый высокий итоговый индекс = 0,89, самый низкий – 0,13 (!). По всем сайтам (включая те, которые в рейтинг не вошли) этот разброс ещё больше – самое низкое значение итогового индекса здесь ниже 0,01 (!).

Большой разброс по качеству школьных сайтов наблюдается и по регионам. Самый высокий показатель среднего регионального итогового индекса информационной открытости лучших сайтов равен 0,80 (Республика Мордовия), самый низкий – 0,41 (Рязанская область).

Причиной такой неравномерности качества информационных ресурсов может быть отсутствие у представителей школ ясного представления о том, для кого и что нужно размещать на сайте. Это усиливается за счёт недостатка четких,

ясно сформулированных и нормативно закрепленных требований; дефицита внимания к вопросам информационного взаимодействия с общественностью в программных документах некоторых региональных образовательных систем; различия в понимании руководителями образовательных организаций значения информационных процессов, которое постоянно усиливается за счет активного проникновения в современную жизнь новых технологий, в том числе интернета, редкого использование механизмов изучения потребительского заказа на информацию, размещаемую школами на своих ресурсах.

При этом даже нормативы и требования, закрепленные федеральным законодательством и подзаконными актами¹, не гарантируют наличия на сайтах школ перечисленных в них сведений. Так, например, на каждом пятом сайте нет лицензии с приложением, а на каждом четвертом отсутствует свидетельство об аккредитации или оно дано без приложения. Результаты проверок школы с предписаниями и результатами выполнения этих предписаний встречаются очень редко – всего лишь на 21% сайтов из группы лидеров.

Требования законодательства² на лучших сайтах школ реализованы в среднем на 2/3. Наиболее редко встречающиеся на школьных сайтах сведения из нормативного перечня приведены на диаграмме 3.

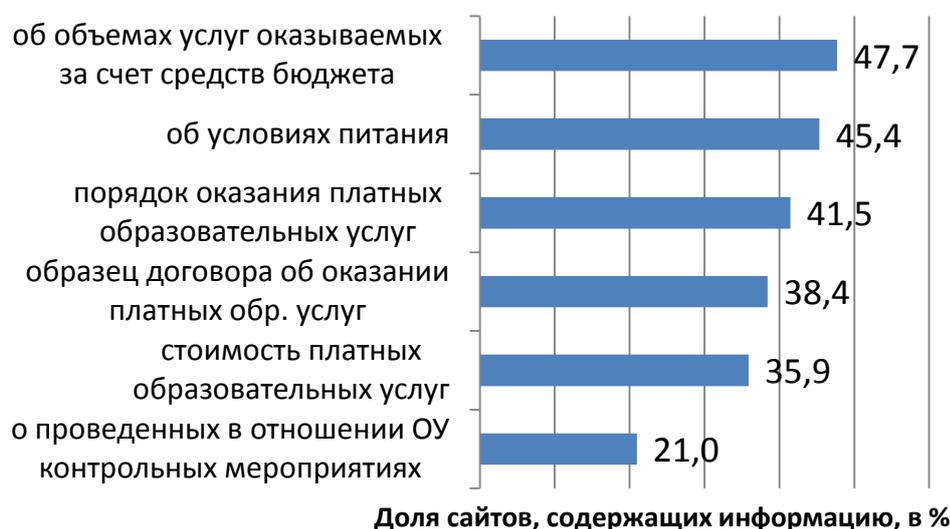


Диаграмма 3. Сведения обязательные для размещения на сайтах образовательных организаций и встречающиеся **менее чем на половине** лучших сайтов школ

¹ В том числе ФЗ «Об образовании», Постановлении Правительства РФ от 18.04.2012 № 343 «Об утверждении Правил размещения в сети Интернет и обновления информации об образовательном учреждении» и др.

² В анализе результатов рейтинга рассматривались требования действующего на данный момент законодательства.

Каким школам нужен сайт?

Совершенно очевидно, что более высокое качество сайта обеспечивает та образовательная организация, руководители которой понимают значение этого ресурса для жизнедеятельности школы, считают его важным и нужным для себя, для учащихся, для родителей. Особое влияние здесь оказывают такие внешние факторы как конкурентность среды, в которой функционирует школа; уровень технологической оснащённости и информационной «продвинутой» потребителей.

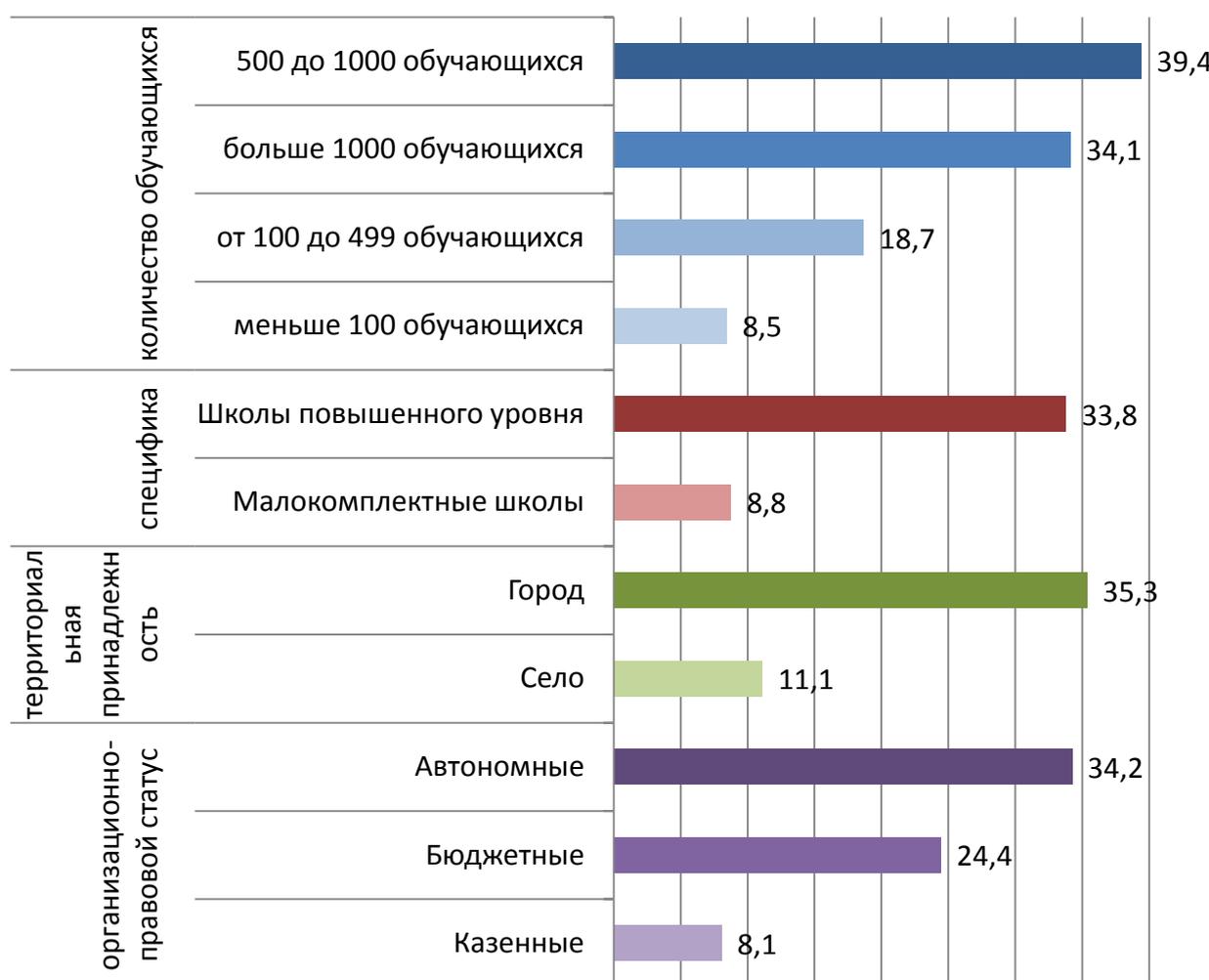


Диаграмма 4. Доля школ, вошедших в рейтинг лучших сайтов, от числа школ категории, в %

Объективно эта значимость не одинакова для школ разных категорий, что и продемонстрировал результат рейтинга (диаграмма 4). В настоящее время, например, сайт пока ещё гораздо важнее для городских школ, чем для сельских.

Хотя за последние три года число пользователей в селах подскочило с 19 до 41%³. Так же совершенно понятна более высокая значимость сайта для школ повышенного уровня, для школ с большим количеством обучающихся, для автономных образовательных учреждений... Необходимость привлечения потребителей и более высокий уровень технологической оснащенности семей обучающихся являются основными стимулами развития сайтов этих организаций, обуславливают необходимость ориентации их содержания и сервисов на интересы потребителей.

Поэтому доля сайтов школ различного типа, попавших в 10% лучших от каждого региона, неодинакова. Сайты сельских школ попадают в топ лучших в три раза реже, чем городских; сайты малокомплектных – в 4 раза реже, чем сайты школ повышенного уровня. Из сайтов бюджетных образовательных организаций в топ лучших попал каждый четвертый, в то время, как из казенных – только каждый 12-тый. Зато среди автономных в топе оказался каждый третий.

Технологичные, но не современные

Положительным фактором для развития информационной открытости образовательных организаций является хорошая технологическая организация сайтов, обеспечивающая доступность и удобство пользования ресурсом в целом

Сайты-лидеры довольно полно обеспечивают технологическое удобство, но не многие из них готовы быть на передовых позициях в использовании и внедрении новейших разработок в области ИКТ. Новые «продвинутые» технологии и сервисы, обеспечивающие удобство пользования и расширяющие возможности взаимодействия с аудиторией в методике данного рейтинга были выделены в отдельное направление – *мультимедийность*. В него вошли параметры, которые пока ещё нельзя назвать общеупотребительными. Они только входят в практику школьного сайтостроительства и имеют не самый высокий уровень востребованности родителями, особенно в удаленных от центра регионах и небольших населенных пунктах.

Минимальные технологические требования, которые пользователи предъявляют к сайтам школ, реализуются на большинстве участвующих в рейтинге сайтов. Средний индекс технологического удобства самый высокий по результатам рейтинга и составляет 0,73. Информацию на большинстве лучших

³ По данным исследования ФОМ «Интернет в России. Зима 2012–2013»

школьных сайтов легко искать: поисковые сервисы и карты есть на 77% сайтов. Материалы размещаются, как правило, не глубже третьего уровня (98% сайтов). Почти все школы конструируют сайты доступные со всех основных браузеров (99% сайтов).

Это сильно контрастирует с низким индексом по мультимедийности, который единственный ниже среднего показателя (0,41). Если по направлению *Технологичность* значение индекса ниже среднего уровня имеют только 10% сайтов-лидеров, то по *Мультимедийности* этот показатель достигает 70% (диаграмма 5).

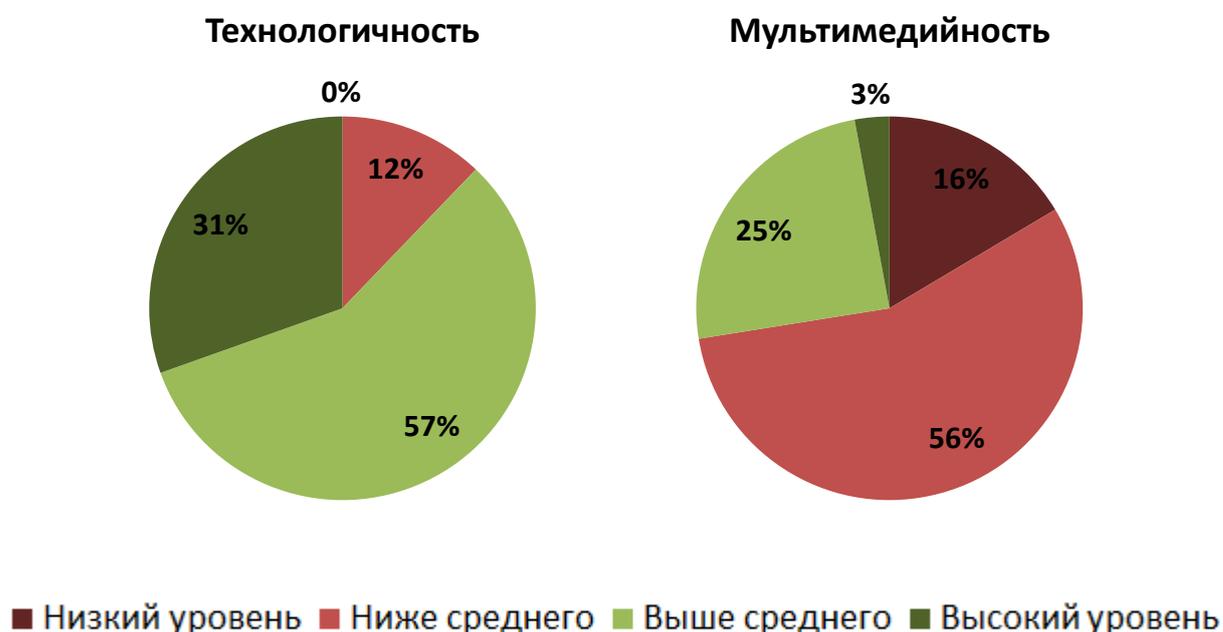


Диаграмма 5. Распределение качества сайтов-лидеров по направлениям «Технологичность» и «Мультимедийность»

Сегодня отсутствие данных параметров не является критичным для потребителя, но скорость развития и распространения информационно-коммуникационных технологий очень быстро превращают эти новшества в привычные повседневные возможности. Так рост (почти в геометрической прогрессии) количества пользователей мобильных устройств для выхода в интернет в такой же степени повышает необходимость использования облегченных (мобильных) версий информационных ресурсов системы образования. Но на данный момент такая версия есть только у 18% лучших школьных сайтов. Блог – открытый электронный дневник руководителей образовательных учреждений встречается только на каждом 10-ом ресурсе.

Возможность записать ребенка на кружок, на дополнительные занятия, на экскурсию и т.п. не отходя от рабочего места предоставляют всего лишь 16% общеобразовательных организаций, участвующих в рейтинге.

Анализ мультимедийных возможностей сайта показал, что даже наличие таких современных сервисов, как блоги, активное присутствие учреждений в социальных сетях и другие, не являются гарантией их эффективного использования. Очень часто они остаются «мертвыми» и нефункциональными из-за пассивности авторов и модераторов, из-за элементарного непонимания сотрудниками образовательных учреждений смысла и потенциальных возможностей данных сервисов.

Если информацию скрывают, значит это кому-нибудь нужно?

В целом школьные сайты вошедшие в рейтинг имеют достаточно хорошее информационное наполнение: 70% сайтов удовлетворяют пользовательский запрос на информацию более, чем на половину.

Лучше всего представлена официальная информация, которая редко обновляется, а значит, не требует особого внимания и усилий: местонахождение (адрес) ОУ, уставные документы, образовательные программы. Довольно неплохо представлены материалы, обязательность которых определена российским законодательством: состав администрации и педагогических кадров, отчеты о самообследовании и др.

Программа развития, планы воспитательной работы и финансово-хозяйственной деятельности, а также отчеты о поступлении и расходовании финансовых и материальных средств опубликованы более чем на половине лучших сайтов школ. Это можно было бы рассматривать как довольно средние показатели, но учитывая, что планы и отчеты финансово-хозяйственной деятельности обязательно должны быть опубликованы на сайте образовательной организации согласно законодательству, то их отсутствие на 40-45% школьных сайтов следует оценивать как негативный факт.

Из вопросов пользователей, самыми информационно обеспеченными являются вопросы о том, как регламентируется деятельность участников образовательного процесса (права, обязанности, нормы...); чему учат в школе и что в ней происходит (диаграмма 6). Первые два из этих вопросов как раз обеспечиваются довольно статичной информацией: перечнем нормативно-

правовой базы регионального и федерального уровней, публикацией локальных актов образовательной организации, образовательными программами и учебными планами, то есть теми документами, которые в обязательном порядке есть у каждой школы вне зависимости от её сайта.



Диаграмма 6. Степень удовлетворения пользовательского запроса на информацию по различным вопросам, в %.

А вот информация о происходящих в школе событиях, мероприятиях, новости и оперативные объявления представляют собой очень динамичный контент. Тем не менее, они есть на подавляющем большинстве сайтов. Вообще, вошедшие в рейтинг школьные информационные ресурсы в 78% случаев обновляются чаще, чем 1 раз в 2 недели. Такая динамичность обеспечивается в первую очередь за счет новостного раздела, неизменно включающего

информацию о мероприятиях, проводимых в школе. Вероятно, эта информация представляет для администраторов сайта и сотрудников образовательной организации особый интерес, возможно, связанный с потребностью в самопрезентации.

В сочетании с высоким уровнем представленности на этих сайтах информации о системах дополнительного образования школ и о внеучебных достижениях учащихся создается ощущение, что учреждениям общего образования комфортнее и выгоднее представлять ту часть образовательной деятельности, которая выходит за рамки государственных стандартов, а, значит, и имеет больше степени свободы и меньше регулируется и контролируется извне.

Эта гипотеза подтверждается и значительно меньшей долей сайтов, на которых представлена обобщенная информация об учебных результатах школьников. Школы охотнее публикуют сведения о результатах участия детей в творческих и спортивных конкурсах (77%), чем об их учебных достижениях (55%). То ли школы больше внимания уделяют творчеству и спорту, чем учебе? То ли добровольность участия лучших (отобранных) детей в этих конкурсах и соревнованиях обеспечивает хоть какие-то заметные результаты?

Учитывая рост значения образования для большинства населения, качество учебной подготовки школьников интересует современных родителей гораздо больше, чем воспитательная работа и внеурочная деятельность.

Сведения о поступлении выпускников вообще остаются за рамками школьных сайтов (диаграмма 7). Их можно встретить всего на 23% сайтов-лидеров, хотя именно эта информация может оказаться важной для родителей при выборе учреждения. Например, для городских школ, где дети имеют вполне реальную возможность осуществить переход из одной школы в другую на любом этапе обучения (причем, чем старше ребенок, тем легче осуществить этот переход с точки зрения удаленности учебной организации), подобная информация является ключевым основанием для выбора места получения образования в старших классах. Тем не менее особой разницы в представлении информации о поступлении выпускников на сайтах городских и сельских школ не наблюдается.



Диаграмма 7. «Зона закрытости» - информация, которые редко встречается на сайтах общеобразовательных организаций

На лучших сайтах школ преобладает статичная информация. Например, расписание звонков, расписание уроков и расписание каникул есть примерно на 55-60% сайтов, а изменения в расписании уроков, необходимые для учеников и родителей для оперативной ориентации в процессе обучения – только на 15%.

Не готовы школы предоставлять пользователям информацию о том, как связаться с сотрудниками. При этом речь не идет о личных домашних телефонах, для связи со специалистом достаточно, например, рабочего ящика электронной почты или простого указания, где и в какое время с ним можно встретиться и пообщаться (время приема).

При наличии на большинстве сайтов списков педагогов и других сотрудников школы (есть на 92% сайтов) информацию о том, с какими классами они работают можно найти только на каждом третьем сайте. А узнать, как связаться с нужным педагогом (медиком или психологом), практически невозможно. Такие сведения встречаются только на каждом пятом сайте.

Аналогичная ситуация складывается в отношении органов государственного управления: положение о коллегиальном органе (Совете) с информацией о его полномочиях есть на 43% сайтов, а контактная информация (как связаться с председателем или секретарем Совета) – только на 17%.

Объяснение, используемое руководителями школ, ссылающимися на закон о персональных данных, не может рассматриваться как аргумент. Оно скорее

вызывает предположение о нежелании открыто взаимодействовать с общественностью.

Интересно, что по данным мониторинга, проводимого в рамках проекта «Наша новая школа», органы государственно-общественного управления созданы в 93% школ РФ. Почему же больше половины из них не публикуют на своих сайтах информацию о функциях и полномочиях советов, тем более что для этого достаточно просто разместить на сайте Положение об управляющем органе? Неизбежно возникает вопрос о формальности управляющих советов или о недостоверности данных предоставляемых в отчет по проекту ННШ.

Особое внимание в информационном блоке занимает информация об условиях, в которых осуществляется образовательная деятельность. В целом этот информационный блок имеет довольно средний уровень представленности. Но некоторые сведения из этого блока даже на лучших сайтах школ встречаются крайне редко (диаграмма 8).

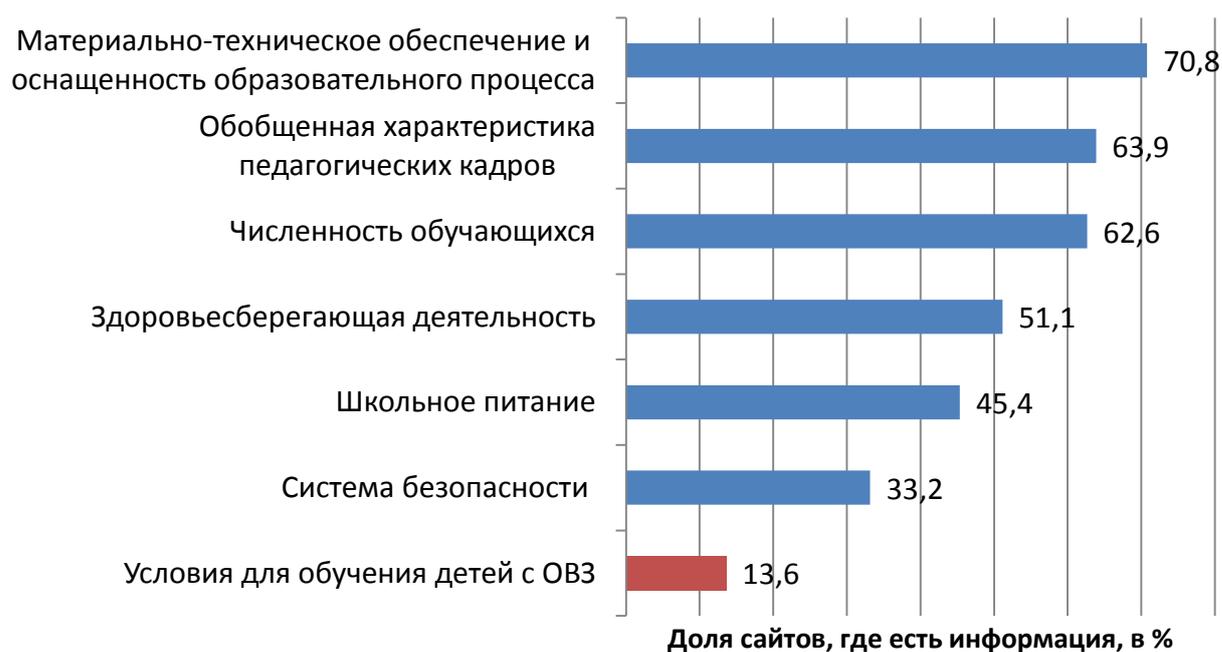


Диаграмма 8. Степень представленности на лучших школьных сайтах информации об условиях осуществления образовательного процесса

Это касается, например, отсутствие на большинстве школьных сайтов информации ориентированной на детей-инвалидов (есть всего лишь на 14% сайтов).

Самой слабо представленной в информационном направлении оказался блок сведений, связанных с оказанием школами платных образовательных услуг. Следует отметить, что если на сайте было указано об отсутствии в школе платных образовательных услуг, то сайт автоматически получал «единицы» по всем параметрам данного блока. И таких сайтов было немало. Но даже при таком подходе степень представленности данной информации оказалась ниже среднего уровня по всем четырем используемым параметрам. Причем, реже всего встречается информация о цене платных услуг (всего 36% сайтов). Но именно «цена вопроса» чаще всего является решающим фактором при выборе услуги и организации её предоставляющей.

В сознании многих руководителей существует миф о том, что если информацию, которая выглядит не очень презентабельно, просто не опубликовать, то никто о ней не узнает и будет воспринимать школу лучше, чем она есть. Иллюзорность такой идеи обусловлена многообразием современных источников информации: от сплетен и пересудов до различных официальных и полуофициальных каналов, через которые неизбежно будут просачиваться сведения, зачастую в довольно искаженном виде. И на этом фоне вполне естественно проявляется человеческая подозрительность: «если кто-то о чём-то не хочет говорить, значит, ему есть что скрывать!». Отсутствие информации очень часто играет не на пользу, а во вред школе, всему педагогическому коллективу. И это – дополнительный повод ещё раз пересмотреть содержание своего школьного сайта и ответить на вопросы: «О чём мы не рассказали?»; «Почему мы не опубликовали эту информацию?» и «Что могут о нас подумать пользователи не обнаружив этих сведений на школьном сайте?».

Трудности неформального общения

Школы, как и органы власти не готовы к неформальной коммуникации с потребителями образовательных услуг. Только около половины лучших сайтов (45-55%) оснащены форумами, консультационными сервисами, возможностью комментировать материалы и документы, размещенные на сайте. Причем многие из имеющихся коммуникативных сервисов не выполняют своих функций – они пустые («мертвые») или откровенно замусоренные.

Ссылки на блоги руководителей школы (директора, завучей) есть только на 1 сайте из 10-ти. Сами блоги зачастую или пустые, или носят формальный

характер. Очень часто блоги на школьных сайтах представляют собой, скорее, методическую копилку, а не электронный дневник. Педагоги и директора выкладывают там свои разработки, ссылки на профессиональные статьи. Возможно, авторы блогов видят своими читателями, в первую очередь коллег-профессионалов, или же просто не знают, что сказать родителям и детям.

На реальные группы (школьные сообщества) в социальных сетях ссылаются всего лишь 18% школьных сайтов. При этом ряд руководителей школ уверяют, что школьный сайт перестает быть актуальной информационной площадкой и все его функции постепенно перетекают в социальные сети. Но социальные сети – это очень широкий спектр контента, который не ограничивается школьной группой. Здесь можно столкнуться с самой разной информацией, в том числе и неадекватной детской аудитории.

На сегодняшний момент практика демонстрирует, что группы в социальных сетях пока не способны полностью заменить коммуникативное пространство школьного сайта. Социальные сети – это пространство неформального, неофициального общения. У него другие задачи и иное содержание. Насколько человек выбирающий школу может опираться на высказывания директора в социальной сети? Насколько директор должен нести ответственность за достоверность и качество информации, появляющейся в сетях?

Использовать возможности технологии краудсорсинга, изучения общественного мнения для оценки и совершенствования деятельности образовательного учреждения готовы очень не многие. Только 40% лучших сайтов оснащены сервисами интерактивных опросов (голосований), а содержание задаваемых в них вопросов и полное отсутствие анализа результатов вынуждает сделать предположение о формальности проводимых голосований. При этом на сайтах малокомплектных школ этот сервис можно встретить почти в 2 раза чаще, чем на сайтах школ повышенного уровня. А на сайтах автономных и бюджетных организаций почти в 2 раза реже, чем на сайтах казенных.

Говорит ли это о большей ориентированности казенных и малокомплектных на изучение общественного мнения или о формальности данного сервиса, – сказать пока трудно. Как и вообще сложно делать выводы о причинах тех или иных особенностей информационной политики образовательных организаций.

Пока понятен только один факт – информационные ресурсы школ развиваются. Развиваются быстро, но очень неравномерно. Влияние внешних

факторов, определяемых федеральной и региональной политикой в сфере образования многократно сильнее воздействия со стороны потребителей образовательных услуг.

Даже факт появления на многих сайтах коммуникативных разделов, хотя он и связан у многих (судя по датам первых записей) с проведением данного рейтинга, – это очень позитивный признак прогресса. И пусть сейчас эти сервисы и разделы пока остаются пустыми и малоактивными, пусть не все сотрудники образовательных организаций умеют работать в режиме активного сетевого взаимодействия, но есть очень хороший шанс, что эти возможности и компетенции будут развиваться и всё сильнее притягивать внимание пользователей, постепенно включая их в режим реального участия в жизни школы.