

УДК 339.138

Ю. Ткаченко, здобувач гр. ІС 23-М

Центральноукраїнський національний технічний університет

АНАЛІЗ АКТИВНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ ЗАКЛАДІВ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Проаналізовано активність та ефективність використання комунікаційних платформ закладами середньої освіти у цифровому середовищі. Висвітлено сучасний стан впровадження цифрових технологій у комунікаційній діяльності закладів, їхні основні інструменти, такі як офіційні вебсайти, соціальні мережі, месенджери. Розроблено рекомендацій щодо вдосконалення цифрових стратегій, підвищення ефективності комунікації з аудиторією та покращення іміджу освітніх установ.

Комунікаційні платформи, заклади середньої освіти, цифрове середовище, вебсайт, соціальні мережі, месенджери, цифрові стратегії

Постановка проблеми. Актуальність дослідження полягає в тому, що в умовах зростаючої ролі цифрових технологій необхідно не лише аналізувати стан використання комунікаційних платформ у закладах середньої освіти, але й розробляти ефективні підходи до їх вдосконалення. Це сприятиме підвищенню якості освітніх послуг, забезпеченню прозорості діяльності закладів освіти та зміцненню їхніх позицій у цифровому середовищі.

Дослідження проблеми дозволяє виявити слабкі сторони у функціонуванні комунікаційних платформ, запропонувати рішення для покращення їх ефективності, а також сприяти формуванню сучасної системи освітньої комунікації, яка відповідає потребам усіх учасників освітнього процесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тема активності та ефективності комунікаційних платформ у закладах середньої освіти активно досліджується у роботах Белічкенко Л. О. [2], Ворожбит А. В. [3], Гаврилюк О. В. [4], Захарченко В. І. [6] та інших, що пов'язано із впровадженням цифрових технологій в освітню сферу. Значну увагу сучасних науковців привертають питання використання вебсайтів та соціальних мереж як інструментів комунікації. Це, зокрема, дослідження Мельник А. І. [9], Гречаник О. Є. [5], Балик І. В. [1] та ін. Дослідження Шевчук А. присвячене безпосередньо «розвитку цифрових стратегій у середніх школах Кропивницького району» [12].

Проте аналіз останніх публікацій дозволяє визначити, що існує значний науковий інтерес до теми ефективності комунікаційних платформ, але питання їхнього впровадження в конкретних регіонах, таких як Кіровоградський район, досліджені недостатньо. Це визначає необхідність проведення детального аналізу стану активності комунікаційних платформ місцевих закладів середньої освіти з урахуванням їхніх особливостей та потреб.

Мета й завдання дослідження. Мета дослідження: визначити рівень активності та оцінити ефективність використання комунікаційних платформ закладами середньої освіти в умовах цифровізації, а також розробити рекомендації для вдосконалення їхньої діяльності у цифровому середовищі.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати сучасний стан використання цифрових комунікаційних платформ у закладах середньої освіти.
2. Оцінити ефективність комунікаційних платформ закладів освіти.
3. Розробити рекомендації для підвищення ефективності цифрової комунікації закладів середньої освіти.

Дослідження спрямоване на удосконалення цифрової взаємодії між закладами середньої освіти та їх цільовими аудиторіями, сприяючи розвитку сучасної освітньої комунікації.

Виклад основного матеріалу. Сучасний розвиток цифрових технологій вимагає від закладів загальної середньої освіти активної присутності у цифровому середовищі. Комунікаційні платформи, такі як вебсайти, соціальні мережі, месенджери та освітні портали, є ключовими інструментами взаємодії з учнями, батьками та громадськістю.

Більшість закладів мають офіційні вебсайти, де публікується інформація про розклад, заходи, досягнення учнів та новини закладу. При цьому наявні такі проблеми: нечасті оновлення, складна навігація, обмежена інтерактивність.

Для закладів середньої освіти Кропивницького району характерним є широке використання платформ, таких як Facebook та Instagram, для публікації новин, фото та відеозвітів про заходи. Їх переваги: швидке охоплення аудиторії, можливість зворотного зв'язку. Недоліки: нерегулярність публікацій, відсутність цільової стратегії.

Використання платформ, таких як Google Classroom чи Zoom, значно зросло під час пандемії. Ці сервіси забезпечують доступ до навчальних матеріалів, зручне проведення уроків і комунікацію між учнями та вчителями.

Актуальним для шкіл є і використання Viber, Telegram та WhatsApp для оперативного інформування батьків і вчителів. Ефективність залежить від налагодженої системи адміністрування.

У сучасних умовах цифрової трансформації освіти заклади середньої освіти стикаються з необхідністю адаптації до нових викликів інформаційного суспільства. Комунікаційні платформи, такі як офіційні вебсайти, соціальні мережі, освітні портали та месенджери, стають важливими інструментами взаємодії між школами, учнями, батьками та громадськістю.

Однак аналіз показує, що не всі заклади середньої освіти ефективно використовують можливості цифрових технологій. Часто зустрічаються проблеми, такі як: нерегулярне оновлення інформації на вебсайтах і сторінках у соціальних мережах; недостатній рівень інтерактивності та зворотного зв'язку з аудиторією; відсутність узгодженої контент-стратегії, яка б відповідала сучасним потребам освітнього процесу; низький рівень цифрової грамотності персоналу, відповідального за управління платформами; технічні обмеження, що перешкоджають повноцінному використанню сучасних інструментів цифрового маркетингу.

Ці проблеми обмежують потенціал цифрових комунікацій у школах та негативно впливають на формування їхнього позитивного іміджу, залучення цільових аудиторій і ефективність взаємодії з ними.

Для покращення активності та ефективності комунікацій закладів середньої освіти у цифровому середовищі необхідною вважаємо розробку чіткої контент-стратегії для кожної комунікаційної платформи. Рекомендовано регулярне оновлення інформації на вебсайтах та в соціальних мережах; проведення тренінгів для працівників шкіл з цифрової грамотності; використання інструментів аналітики для моніторингу активності та залучення аудиторії; співпраця з IT-спеціалістами для покращення технічної складової комунікаційних платформ.

Висновок

Аналіз комунікаційної активності показує значний потенціал цифрових платформ для поліпшення взаємодії освітніх закладів із цільовими аудиторіями та сприяє формуванню сучасного іміджу закладів середньої освіти.

Список літератури

1. Балик І. В. Особливості розробки шкільного сайту засобами Googlesites. Актуальні питання сучасної інформатики: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Сучасні інформаційні технології в освіті та науці» (10–11 листопада 2016 р.). Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2016. Вип. 3. С. 14–17.
2. Беліченко Л. О. Маркетинг в освіті: теоретичні та прикладні аспекти. Київ: Освіта України, 2020. 345 с.

3. Ворожбит А. В. Веб-орієнтоване інформаційно-освітнє середовище закладу освіти. Інформаційні технології в освіті, 2018. №3. С. 20–29.
4. Гаврилюк О. В. Цифровий маркетинг: сучасні тренди та перспективи для освіти. Освіта і суспільство. 2022. № 3. С. 47–53.
5. Гречаник О. Є. Веб-сайт як засіб розвитку іміджу закладу загальної середньої освіти. Теорія та практика професійної підготовки менеджерів інноваційного розвитку : матер.методол. семінару / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків : ХНПУ, 2020. С. 53–62.
6. Захарченко В. І. Сучасні підходи до просування освітніх послуг у соціальних мережах. Вісник освіти. 2021. № 5. С. 19–25.
7. Іваненко М. О. Впровадження віртуального маркетингу у закладах середньої освіти України: сучасні аспекти. Науковий журнал освітніх технологій. 2021. 5(2), 45-60.
8. Маркетингові інструменти для освітніх установ: посібник для директорів шкіл / Під ред. О. С. Громової. Київ: Освітній дім, 2021. 128 с.
9. Мельник А. І. Соціальні мережі як інструмент залучення абітурієнтів: рекомендації для шкіл. Практика освітнього менеджменту. 2022. № 6. С. 32–39.
10. Петренко М. М. Розробка маркетингових стратегій для освітніх установ: український контекст. Український журнал освіти. 2020. № 2. С. 65–72.
11. Шевчук А. Д. Розвиток цифрових стратегій у середніх школах Кропивницького району. Український журнал маркетингу та освіти. 2020. 3(1), 32-49.