

**TARTU ÜLIKOOL**

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Sander Kamenik

**VISUAALNE KOMMUNIKATSIOON HARJU MAAKONNA ÜLDHARIDUSKOOLIDE  
KODULEHTEDEL**

Bakalaureusetöö (SOZU.00.024)

Juhendaja: Mari-Liis Tikerperi, MA

Tartu 2021

# SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS</b> .....	<b>4</b>
<b>1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD</b> .....	<b>6</b>
1.1 KOOLI KODULEHE ROLL VÄLISKOMMUNIKATSIOONIS .....	6
1.1.1 Koduleht kui väliskommunikatsiooni kanal.....	6
1.1.2 Kodulehe peamised funktsioonid .....	7
1.1.3 Koduleht kui suhtlusvahend.....	7
1.2 KOOLI KODULEHE HUVIPOOLED .....	8
1.2.1 Õpilased .....	9
1.2.2 Lapsevanemad.....	9
1.3 KOOLI VEEBILEHE VISUAAL .....	10
1.3.1 Kodulehe kujundus ja struktuur .....	11
1.3.2 Pildid, videod ja animatsioonid kodulehel.....	11
1.3.3 Teksti väärtus kodulehtedel.....	12
1.3.4 Ligipääsetavus ja lisamaterjalid .....	13
1.3.5 Eesti koolide kodulehede areng.....	13
1.4 HARIDUSASUTUSE SÜMBOLID .....	14
1.4.1 Sümbolika kasutamine kodulehel: logo ja moto.....	14
1.5 UURIMUSKÜSIMUSED .....	16
<b>2. METOODIKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 ANDMEANALÜÜSI MEETOD.....	17
2.2 VALIM.....	18
2.3 KASUTATUD ANDMETE ANALÜÜSIMISE EETILISED ASPEKTID .....	19
2.4 KOODIPUU JA ANDMETE ANALÜÜS .....	20
<b>3. UURIMISTULEMUSED</b> .....	<b>22</b>
3.1 KONTENTANALÜÜSI TULEMUSED.....	22
3.1.1 Harju maakonna koolide üldinformatsioon.....	22
3.1.2 Üldinfo veebilehe kohta.....	22
3.1.3 Kooli identiteet.....	28

3.1.4 Veebilehe disain .....	31
3.1.5 Tallinn.ee ja hitsa.ee platvormid .....	35
3.2 ERINEVUSED ERI TÜÜPI KOOLIDE VAHEL .....	37
3.2.1 Erineva suurusega koolid .....	37
3.2.2 Eriliiki koolide erinevused .....	39
<b>4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....</b>	<b>43</b>
<b>5. SOOVITUSED KOOLIDELE.....</b>	<b>47</b>
<b>KOKKUVÕTE .....</b>	<b>50</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>51</b>
<b>6. KASUTATUD KIRJANDUS.....</b>	<b>52</b>
<b>7. LISAD .....</b>	<b>58</b>
LISA 1. Näited HITSA platvormist .....	58
LISA 2. Kodeerimisjuhend.....	60
LISA 3. Näited tallinn.ee platvormist .....	63
Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks.....	65

# SISSEJUHATUS

Teema „Visuaalne kommunikatsioon Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehtedel“ valik tuleneb sellest, et lähtuvalt Põhikooli- ja gümnaasiumiseaduse (2010) § 55 lg 2 sõnastusest on kool kohustatud avalikustama kooli vastuvõtu tingimused ja korra oma veebilehel, et teavitada õpilasi ja vanemaid. Samuti sama seaduse § 69 lg 1 sätestab, et kool peab avalikustama oma kodulehel kooli õppekava, põhimääruse, arengukava ja kodukorra. Seega on koduleht infokanal, mis on lisaks kohustusliku info sisaldamisele muutunud koolide väliskommunikatsiooni lahutamatuks osaks, sest koolid peavad olema avalikkusele nähtavad (Tikerperi, 2018).

Eetikaveebi koduleheküljel (i.a) on hariduse ja ühiskonna teemaplokis sõnastatud, et ühiskond huvitub oma liikmete kasvatamisest ning seetõttu pole haridus üksnes mõne kitsa huvigrupi, vaid kogu ühiskonna ja riigi asi. Breiter ja Ruhe (2018) uurisid Saksamaa ja Inglismaa koolide teabe koordineerimist ja leidsid, et uue nähtusena on koolid mõjutatud ka meediastumisest. Meediastumine hõlmab ühest küljest meediat ja kommunikatsiooni ning teisalt kultuuri ja ühiskonna vastastikuseid mõjusid nende muutumises (Hepp, 2018). Koolide kontekstis saab meediastumist selgitada näitega, et oluline pole ainult tugev õppetöö või hästi korraldatud kooliüritus, vaid ka see, kuidas tehtut atraktiivselt esitleda (Tikerperi, 2020). Seega on ka meediastumine tähtsaks põhjuseks, miks üldse koolide kodulehtedega kui kohustusliku kommunikatsioonikanaliga tõsiselt tegeleda.

Teemat analüüsid on tähtis kaardistada ka kooli veebilehe huvipooled, et mõista sihtgruppide vajadusi ja edastada neile selgemaid sõnumeid. Veebilehti kirjeldatakse kui vältimatuid suhtluskanaleid ja vaatamata laialdasele kasutamisele on mõistlik uurida, kuidas veebisaite reaalses elus rakendatakse (Esrock & Leichty, 2000). Läbi õigete kanalite ja läbimõeldud visuaalse materjali kaudu on koolidel võimalik mõjutada huvipoolte suhtumist ja hoiakut (Tikerperi, 2020). Seega on koolidel hea võimalus kasutada kommunikatsioonikanalina kodulehte, kus on võimalik kuvada visuaalseid materjale ja avalikustada informatsiooni, mida külastajad tahavad tarbida (Tikerperi, 2016). Kooli veebilehe tähtsusele rõhutavad ka Álvares ja Ines (2017), kes toovad välja, et paljud perekonnad külastavad kooli kodulehti, sest see aitab leida lapsele kõige sobilikuma kooli.

Visuaalse kommunikatsiooni all võtan töös uurimise alla koolide kodulehtede avalehe, sest seda näevad kõik külastajad esimesena ning see võib olla esmaseks kooli maine kujundajaks võõrale

inimesele. Antud bakalaureusetöös uurin nii veebilehe väljanägemist, kui sümboleid ja nende asetusi, keskendun materjalile, mis on teooriale toetudes vaatajale prioriteetseks ning üritan mõista pealiskaudselt veebilehe funktsionaalsust, esteetilisust ja kasutajamugavust.

Võib leida kaudseid viiteid, et kooli veebilehe ülesehitamine ja haldamine on seotud kooli eelarvega. Sarv (2017:23) on koolide veebilehtede ärianalüüsis välja toonud ühe probleemina, et Eesti koolides on veebilehe sisu haldamine korraldatud erinevalt. Sellest tulenevalt on näha erinevate üldhariduskoolide kodulehti sirvides suuri erinevusi väljanägemise poolest ja tõenäoliselt ei ole koolidel aega ega ressursi viia läbi kasutajauuringuid, kus tuleks välja nii mõnigi puudujääk või vajalik täiustus. Samas aga oleks kasulik, kui koolidele oleks võimalik pakkuda tuge, ideid ja teadmisi, kuidas paremini kodulehte üles ehitada. Seda eelkõige põhjusel, et külastades erinevaid kooli kodulehti jäävad silma sarnaselt kasutatud sümbolid ja kujundusvõtted. Põhinedes teiste autorite poolt kirjutatud teooriale kooli veebilehtedest ning viies läbi standardiseeritud kontentanalüüsi Harjumaa koolide näitel, proovin sõnastada mõtted ja lahendused, mis minu arvates saaksid muuta kooli kodulehekülgede visuaalse kommunikatsiooni efektiivsemaks. Standardiseeritud kontentanalüüs on heaks meetodiks veebilehtede uurimisel, sest selle abil on võimalik tõlgendada kommunikatsiooni sisu kvantitatiivsete näitajate kaudu (Timak, 1971).

Harju maakonnas on 2020/21 aasta seisuga 147 üldhariduskooli, kus õpib 73 395 õpilast (Haridussilma kodulehekülg, 2021). Uurimise alla võeti Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehed, sest seal maakonnas on õpilaste arvu poolest nii kõige suuremad kui ka kõige väiksemad koolid Eestis. Näiteks oli 2020/21 õppeaastal Tallinna Linnamäe Vene Lütseumis 1615 õpilast ning Keila Koolis 1572 õpilast, vastukaaluks oli nimetatud maakonnas aga Lilleoru Põhikoolis 11 õpilast ning Prangli Põhikoolis õppis 5 last (Haridussilma..., 2021). Seega saab Harju maakonna näitel hea ülevaate, kas eri tüüpi koolide kodulehed suudavad visuaalse poole pealt teostada samaväärset väliskommunikatsiooni.

Sarv (2017:8;53) on kooli veebilehtede analüüsis täheldanud, et vaja on suurendada rahulolu koolide veebilehtedega, kui ühe osaga avalikust teenusest. Samas peab tõdema, et olulise kommunikatsioonikanalina on koolide veebilehti Eesti kontekstis uuritud vähe, kuigi veeb mängib tähtsat rolli info levitamisel ja suhtlemisel (Hall, Hanna, 2007).

# 1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

## 1.1 KOOLI KODULEHE ROLL VÄLISKOMMUNIKATSIOONIS

Mõistmaks kooli veebilehtedel kasutatavaid kujundavaid elemente, sümboleid ja tekste on vaja aru saada kooli kodulehe rollist kommunikatsioonis. Veebilehete tekkimisega on inimestel võimalik informatsiooni kiirelt tarbida ning järelkult täidavad kodulehed suurt rolli kommunikatsioonis (Kurtcu, 2012). Tikerperi (2016) läbiviidud intervjuudes pidasid Eesti riigigümnaasiumite koolijuhid kõige tähtsamaks kooli kommunikatsioonikanaliks just koolide kodulehti. Seega peab koolide veebilehe kaudu pakkuma kommunikatsiooni väga erinevatele sihtrühmadele, nii vanuse kui ka rolli poolest.

### 1.1.1 Koduleht kui väliskommunikatsiooni kanal

Mitmed autorid on selgelt öelnud, et kooli koduleht on väliskommunikatsiooni kanal (Sarv, 2017; Hu ja Soong, 2007) ning seda saab kasutada ka turunduskanalina (Arina, 2018; Taddeo ja Barnes, 2016; Tubin ja Klein, 2007). Koolide veebilehete ja kasutajakogemuse ärianalüüsis on Sarv (2017) välja toonud, et kooli kodulehe esmaseks eesmärgiks on levitada infot kooli pakutava tasemeõppe, täienduskoolituste, haridusliku ja teadusliku koostöö võimaluste ning ka mitte hariduslike teenuste kohta. Lisaks sellele peetakse kodulehe omamist kooli staatuse jaoks hädavajalikuks, sest see võimaldab koolil infoajastuga kaasas püsida ning internet ja koduleht annavad võimaluse jõuda koolil enda kogukonnast suurema publikuni (Hu ja Soong, 2007). Seega on ka meedia hariduse jaoks oluline, sest hariduspoliitika arutelude kaudu on võimalik survet avaldada koolidele ja haridustöötajatele (Rawolle, 2010). Tubin ja Klein (2007) uurisid Iisraeli koolide kodulehti ja võrdlesid haridusasutuste veebilehti kui turunduse tööriista ning mõistsid, et koolil on vajalik teadvustada, millised on veebilehe eelised ja puudused, et koduleht oleks võimalik kaasata kooli strateegilisse plaani. Samal arvamusel on Taddeo ja Barnes (2016), kes pidasid kooli kodulehte heaks võimaluseks kooli reklaamimisel. Vastukaaluks peaks aga Arina (2018) arvates kooli koduleht keskenduma tunduvalt vähem turundamisele ning pigem jagama külastajatele asjakohast informatsiooni.

### **1.1.2 Kodulehe peamised funktsioonid**

Paljud teadlased (Hartshorne, Friedman, Algozzine ja Kaur, 2014; Arina, 2008; Hu ja Soong, 2007; Cumming, Bonk ja Jacobs, 2002; McKenzie, 1997) on oma uuringutes kaardistanud kooli kodulehete peamised funktsioonid ning toonud neis välja nii sarnasusi kui ka erinevusi. McKenzie (1997) kirjutatud artiklis, miks peaksid koolid veebis ennast esitlema, tõi autor välja, et kooli kodulehel on kaks peamist funktsiooni: tegutseda infosüsteemina veebilehe külastajatele ning vahendada informatsiooni paljude huvipoolte ja haridusprotsessi vahel. Hartshorne jt (2014) nõustuvad McKenzie (1997) öelduga, et kooli koduleht peaks edastama mitmekülgset informatsiooni ning lisavad, et tõhus ja põhjalik kooli koduleht sisaldab ka üldist infot kooli kohta: kooli missioon, keskkonna kirjeldus ning muu tähtsam teave. Ideaalne kooli veebileht peaks pakkuma potentsiaalsetele külastajatele täpset, kasulikku, terviklikku ja asjakohast informatsiooni (Hu ja Soong, 2007). Lisaks sellele on Arina (2018) uuring keskendunud kooli veebisaidile kui meediakanalile ning tulemustes oli selgelt välja toodud, et kooli kodulehekülg peaks fokuseerima regulaarse info edastamisele ja olema sõnumikandjaks kogukonnale. Veebilehel, kui infotehnoloogia tööriistal on võimalik toetada nii õppimisprotsessi, kui ka kooli kuvandit (*Ibid.*). Cumming jt (2002) on aga arvamusel, et üheks tähtsaks kooli veebilehe ülesandeks on õpilase-õpetaja suhtluse parandamine ning lisavad, et kooli koduleht peaks soodustama õpetamise ja õppimise individualiseerimist. Seega on koolidel väljakutseks rahuldada külastajate uudishimu läbi enda ametliku kodulehe (Preez ja Janette, 2007) ning samal ajal pakkuda informatsiooni ürituste, dokumentatsiooni ja kooli halduskorra kohta (Hu & Soong, 2007).

### **1.1.3 Koduleht kui suhtlusvahend**

Kooli koduleht ei ole aga keskkonnaks, kus peaks ainult leiduma infot dokumentatsiooni kohta, see on ka suhtlusvahend, millele ühiskonnaliikmed ligi pääsevad (Álvarez ja Ines, 2017). Kooli kohta kuvatav informatsioon on kõige kasulikum, kui seda on lihtne leida ja see on kuvatud üheselt mõistetavalt, nii lapsevanematele, õpilastele kui ka teistele huvipooltele (Hartshorne jt, 2014). Samuti saavad kooli kodulehed täita efektiivselt nii enda reklaamimise rolli kui ka rõhutada huvipooltele, kes nad on ja, mida nad teevad (Taddeo ja Barnes, 2016). Veebisaitide ülesehitus peegeldab mingil määral kooli veendumusi, kavatsusi ja strateegiaid perekondadega suhtlemiseks ja koostööks (Gu, 2017). Honiges (2013) uuris kooli imidžit uue infotehnoloogia ajastul ning leidis, et positiivne kuvand koolist tekkis kogukonnas tänu kooli kodulehele, sest külastajatel oli võimalik tutvuda, millised tehnoloogilised vahendid on koolis kasutusel. Samuti

oli tähtis näha kahepoolse suhtluse toimimist kooli ja kogukonna vahel (*Ibid.*). Samas töid aga Hu ja Soong (2007) välja probleemi, et üle poole Singapuri koolidest (autorite valimiks oli 176 põhikooli) ei rakendanud kodulehti kui kahe-suunalist kommunikatsiooni tööriista huvipoolte ja kooli vahel ning samuti ei kasutatud veebilehe täielikku potentsiaali (*Ibid.*).

Tähtis on mõista kooli kodulehe rolli kommunikatsioonis ning uurida täpsemalt veebilehe funktsioone ja võimalusi, et koolid saaksid enda veebisaidi potentsiaali maksimaalselt ära kasutada. Kooli kodulehe tähtsaks ülesandeks on säilitada või parandada kooli mainet ja positsiooni ühiskonnas, sest kodulehe külastajate valik kooli suhtes võib muutuda saatuslikuks kooli ellujäämisel (Oplatka ja Hemsley-Brown, 2004).

## **1.2 KOOLI KODULEHE HUVIPOOLED**

Suhtekorraldus keskendub üldiselt pikaajalisele suhtlemismudelile organisatsiooni ja erinevate huvipoolte vahel (Smith, 2013). Kuna veebileht on oluline kommunikatsioonikanal ning hea kommunikatsioon lähtub sihtgruppide huvidest, siis on oluline välja tuua ka kooli kodulehe huvipooled, et analüüsida veebilehtede väljanägemist veelgi adekvaatsemalt. Kodulehe kaudu on koolid loonud platvormi, mille abil on võimalik kõikidele huvipooltele midagi pakkuda (Taddeo ja Barnes, 2016) ning kooli veebileht peaks hõlbustama suhtlust nii lastevanemate, õpilaste ja õpetajate kui ka väliste huvipooltega (Hu ja Soong, 2007). Samas on läbi erinevate uuringute näha, et olukord pole nii pädev nagu soovitakse ja mitmed uurijad toovad välja probleemid huvipoolte vajaduste ja kooli veebisaidil pakutava vahel (Tavas ja Bilač, 2011; Hu ja Soong, 2007). Tavas ja Bilač (2011) leidsid Horvaatia koolide kodulehti uurides suurima probleemina vähese lapsevanemate informeerimise igapäevaste tegevuste kohta ning sellest lähtuvalt seoseid puuduliku koostööga kooli, kodu ja kogukonna vahel. Hu ja Soong (2007) töid murena esile Singapuri kooli kodulehtede puhul vähese õpilaste kaasamise. Huvipoolte ja kooli vahelist suhtlust parandab aga võimalus tagasisideks, soovitusteks või küsimusteks ning kontaktivorm kodulehel muudab kommunikatsiooni efektiivsemaks ja julgustab võtma kooliga ühendust (Taddeo ja Barnes, 2016).

Kommunikatsiooni ja suhtekorralduse ajakirjas Kaja avaldatud artiklis kirjutab Aab (2015) Eesti hariduse kommunikatsioonist ning märgib, et riigi vaatest on hariduse kommunikatsioonil üldistatud plaanis kolm suuremat sihtrühma: õpetajad, õpilased ja lapsevanemad. Samuti peab

arvestama sihtrühmana laiemat avalikkust tervikuna, sest haridus on avaliku huvi teema (*Ibid.*). Välismaal kirjutatud uurimistöodes on samuti välja toodud kooli kodulehe huvipooltena: õpilased, lapsevanemad ning töötajad (Gu, 2017; Cucchiara ja Horvat, 2014; Piper, 2012; Tavas ja Bilač, 2011; Hu ja Soong, 2007; Barron, Hohlfeld ja Ivers, 2005).

### **1.2.1 Õpilased**

Kooli üheks olulisemaks sihtrühmaks on noored, kelleni jõutakse just peamiselt veebi kaudu (Tikerperi, 2016) ning koolil on tähtis kodulehte omada, sest lapsed on alati otsimas uut informatsiooni (Preez, 2001). Eesti kontekstis aga on suletud keskkondade kasutamine tavaline nähtus ning paratamatu, sest õpilaste jaoks on peamiseks õppetöölase suhtlemise kanaliks õppeinfosüsteem (ÕIS, Studium, E-kool, siseveeb.ee), kust kaudu peaks toimuma ka õppetööga seotud teadete ja taotluste esitamine (Sarv, 2017). Kooli veebileht on õpilaste jaoks pigem portaal kooli muudesse süsteemidesse liikumiseks ja igapäevastele küsimustele kiirelt vastuse saamise kohaks (*Ibid.*). Seetõttu võibki tekkida koolidel mõttekoht, kas kodulehte kujundades on mõtet ressursse üldse suunata sellisel kujul, kus keskendutakse võimalikult atraktiivse välimuse loomisel noorte jaoks. Selle asemel saaks kool pigem keskenduda lehekülje üldfunktsionaalsuse tugevdamisele. Veelgi enam on uuringud üle maailma näidanud, et noored veedavad suure osa oma ajast sotsiaalmeedias (Third, Bellerose, De Oliveira, Lala ja Theakstone, 2017) ning paljud koolid on sotsiaalmeedias juba aktiivsed infojagajad. Samas aga leiavad Acquaro ja DeMarco (2008), et efektiivsem veebileht sisaldaks näiteks õpilaste saavutusi ja parimaid töid ning sellega nõustuvad ka Hu ja Soong (2007), sest nende arvates on sellise informatsiooni olemasolu abil võimalik kooliõpilasi motiveerida.

### **1.2.2 Lapsevanemad**

Näen, et on tähtis välja tuua eraldi huvipoolena ka lapsevanemad, sest erinevates artiklites, uuringutes ja teadustöodes on tähtsal kohal lapsevanemate ja kooli vaheline suhtlus ning see, kuidas kooli koduleht seda suhet mõjutab (Álvarez ja Ines, 2017; Gu, 2017; Gilleece ja Eivers, 2017; Cucchara ja Horvat, 2014; Piper, 2012; Tavas ja Bilač, 2011; Barron jt, 2005; Shaw, 2002; Epstein 2001). Kõige modernsem viis lapsevanematega suhtlemiseks on kooli kodulehed, emailid ja SMS-sõnumid (Tavas ja Bilač, 2011). Koostöö vanemate ja kooli vahel on oluline ja pakub mitmekülgset kasu kõigile haridusprotsessis osalejatele (Tavas ja Bilač, 2011), sest annab võimaluse luua partnerluse perekonna ja kooli vahel (Epstein, 2001:27-29). Koolide veebilehed kaasavad lapsevanemaid kooliellu, suurendavad kooli ja lapsevanema vahelist suhtlust (Piper, 2012:38) ning on efektiivseks kommunikatsiooni tööriistaks lapsevanematele,

et mõista enda lapse haridustaset (Shaw, 2002). Seega saab veebilehe abil kool toetada lapsevanemaid ja nendega pidevalt suhelda. Samuti on koolide veebilehed peamiseks kohaks, kus on võimalik lapsevanematel leida avalikku informatsiooni (Gu, 2017) ning koolil jagada teavet vanematele ja ülejäänud kooliperele (Barron jt, 2005). Lisaks on tähtis lapsevanemaid käsitleda kooli kodulehe huvipoolena, sest kui perekonnad on enda lapsele kooli valimas on üheks tegevuseks koolide veebilehtede külastamine (Álvarez ja Ines, 2017) ning lastevanemate jaoks on veebileht kõige objektiivsemaks võrdluseks erinevate koolide vahel (Cucchiara ja Horvat, 2014). Lapsevanemad, kelle lapsed koolis käivad, külastavad kooli kodulehekülge suure tõenäosusega, et leida informatsiooni kooli hetkelistest tegemistest ja näha, kuidas toimub õpetamine ja õppimine oma lapse klassiruumis (Gilleece ja Eivers, 2017).

Veebilehe väljanägemine on tähtis osa tervikust, sest see on kooli visiitkaardiks huvipooltele, kes on otseselt kooliga seotud (töötajad, perekonnad), kuid ka tulevased potentsiaalsed kasutajad (Álvarez ja Ines, 2017). Seega on koolide kodulehtedel raske ülesanne, sest veebisait peaks ideaalis kõnetama korraga kõiki sihtrühmi. Tasakaalu leidmine aga õpilaste ja vanemate seas võib olla tõeline väljakutse, sest tegu on kahe täiesti erineva sihtrühmaga. Samas aga ei tohi unustada, et kooli veebilehe väljanägemine võib mõjutada huvipoolte arvamust koolist.

### **1.3 KOOLI VEEBILEHE VISUAAL**

Lisaks tekstile on iga veebilehe osaks ka lehekülje visuaal. Esimesed veebilehed olid rohkem tekstipõhised, kuid nüüd on tähtsale kohale tõusnud ka terve veebilehe väljanägemine (Lawrence ja Tavakol, 2007). Kooli kodulehekülgede kvaliteedis esineb mitmeid erinevusi, kus näiteks mõne kooli leheküljelt leiab ainult asukoha ja kontaktandmed, samas kui mõni kasutab julgemaid ja pilkupüüdvaid lahendusi (Taddeo ja Barnes, 2016:422). Sarv (2017) märkis oma uuringus, et valimis olnud Eesti koolide veebilehed olid väga ebaühtlased, sest igas koolis on oma veebilehe tehnilise platvormi hankimine ja haldamine ressursimahukas. Korraliku kooli veebilehe kujundamise teeb tunduvalt lihtsamaks, kui koolil on piisavalt eelarvet kasutada professionaalse IT-ettevõtte teenuseid (Tubin ja Klein, 2007). Kui kool aga ei suuda rahaliselt veebilehe kujundamisele panustada, siis üheks võimaluseks on kasutada ka õpetajaid. Tubin ja Klein (2007) leiavad, et selleks oleks vaja õpetajatele läbi viia tähtsad ning vajalikud koolitused. Sellised erinevad lähenemisviisid ja kooli eelarve aga võivad süvendada juba sissejuhatuses

mainitud probleemi, milleks on eri tüüpi koolide kodulehekülgede erinev väljanägemise ja tasemete vahe.

### **1.3.1 Kodulehe kujundus ja struktuur**

Acquaro ja DeMarco (2008) uurisid USA-s kindla piirkonna koolide kodulehti ning töid välja kujunduse poole pealt kolm tähtsat alustala, mis veebilehe olukorda paremaks muudavad. Esiteks on tähtsal kohal kooli veebilehe üldine kujundus ja struktuur (*Ibid.*). Põhinedes Riccardi, Easton ja Small (2004) artiklile, ollakse ühel nõul, et kooli kodulehtedel peaks olema pilkupüüdev avaleht, atraktiivsed pildid ja videod, interaktiivne kasutajakogemus, usaldusväärne informatsioon ning lihtne navigeerida. Autorid, kes on uurinud veebilehete väljanägemist toovad tihti välja, et lehekülje visuaalne pool mängib väga suurt rolli esmamulje kujundamisel ja annab mõista organisatsiooni usaldusväärsest (Reinecke jt, 2013; Beard, 2007; Hu ja Soong, 2007; Lindgaard, Fernandes, Dudek ja Brown, 2006). Harvardi, Colorado ja Marylandi ülikooli teadlaste uuringu tulemustes tuli välja, et veebilehe esmamulje kujundamisel on kõige suurem tähtsus visuaalsel atraktiivsusel ning lehekülje atraktiivsust peeti tähtsamaks kui lehekülje kasutusmugavust (Reinecke jt, 2013). Lindgaard jt (2006) leidsid, et kui veebileht ei suuda koheselt inimest piisavalt köita, siis usaldatakse seda vähem ja on suurem võimalus, et soovitud vastust otsitakse teiselt veebilehelt. Samuti nõustuvad sellega Hu ja Soong (2007), kelle artikkel *Educational Media International* ajakirjas tõi esile läbimõeldud disaini tähtsuse, kuna see tegi vajaliku informatsiooni leidmise hulga lihtsamaks.

Zenl (1999:70) leiab koguni, et väga suur roll veebilehtedel on erinevatel värvidel ja nende kasutamisel, sest veebisaidi kontekstis kasutatakse värve lisaväärtuse lisamiseks sõnumitele ning see aitab kasutajal eristada erinevaid objekte. Vähendamaks värvide mõju tekstile, on vajalik kasutada sarnast tooni terve konkreetse kirjutise vältel (Krauss, 2005). Seega on tänu graafilisele sisule veebilehe külastajal lihtsam leheküljel navigeerida (Beard, 2007) ning on tähtis, et kooli koduleht suudaks külastajate tähelepanu koheselt endale haarata ja jätta veebilehe kujundusega positiivne esmamulje.

### **1.3.2 Pildid, videod ja animatsioonid kodulehel**

Kooli koduleht on perfektne platvorm, sest see võimaldab erinevaid viise info esitamiseks: pildid, videod, helid ning animatsioonid (Tubin ja Klein, 2007). Sellega nõustub Moore (2009), kes kirjutab kooli avalike suhete raamatus, et kasutades disainielemente, pilte ning videoid pakuvad koolide veebilehed erinevaid võimalusi, kuidas huvipooltega suhtlemist

efektiivsemaks muuta. Singapuri põhikoolide kodulehe analüüsi teostanud teadlased (Hu ja Soong, 2007) ja Iowa osariigi keskkoolide veebisaitide uurijad (Klein jt, 2003) nõustusid, et pildid ja animatsioonid olid domineerivaks detailiks kooli veebilehtedel. Fotod ja illustratsioonid toimivad sageli visuaalse ligimeelitajana, mis püüavad mööduvaid veebilehe külastajaid kinni ja kutsuvad sisu tarbima (Beaird, 2007). Samas teisest küljest võivad valed pildid või isegi õigete piltide puudulik esitamine kahjustada hoopiski lehekülje atraktiivsust (*Ibid.*). Liiga kiired ja pidevalt liikuvad visuaalsed materjalid hakkavad kasutajat häirima (Kurtcu, 2012) ning Iisraeli koolide kodulehtede uuringus oli üheks suurimaks miinuseks piltide juhuslik kasutamine (Tubin ja Klein, 2007). Lehekülgedel kasutatavad pildid peavad olema paigutatud nii, et see ei väsitaks kasutajat, vaid edastaks sõnumit, et veebileht on kasutajasõbralik (Kurtcu, 2012).

### **1.3.3 Teksti väärtus kodulehtedel**

Acquaro ja DeMarco (2008) teiseks tähtsaks osaks kooli veebilehtedel on loetava teksti väärtus ja sisu. Kuigi paljud koolid lisavad enda veebilehele kooli aadressi, töötajate kontaktid ja kooli sündmuste kalendri, siis on tegelikult veel mitmeid võimalusi efektiivsema kodulehe loomisel (*Ibid.*) Tubin ja Klein (2007) on kooli veebilehtede uuringu tulemustes välja toonud, et kooli koduleht vajab pidevalt relevantset informatsiooni, sest muidu hakkab külastajate huvi kaduma ning nad ei ole veebilehte külastades saanud kätte vajaliku teavet. Samuti on ajakohane ja viimati muudetud informatsioon kodulehel indikaatoriks, et koduleht on pidevas kasutuses (Taddeo ja Barnes, 2016). Singapuri uuringus osalenud koolidest vähem kui pooled avaldasid kuupäeva enda veebilehe viimasest uuendamisest, mis jättis külastajad kahtlema loetud informatsiooni täpsuses (Hu ja Soong, 2007). Kooli tegemiste läbipaistvust näitavad ka kooli dokumendid, mis on avalikuks lugemiseks ning kodulehelt leitavad (Taddeo ja Barnes, 2016). Seega on koolidel tähtis meeles pidada, et kodulehel olevad kirjalikud materjalid või infokillud võivad anda edasi palju rohkem, kui ainult otsest teksti sisu ning lisaks peab arvestama ka kirjatüübiga, sest see annab samuti lisaväärtust visuaalsele pildile (Kurtcu, 2012). Kirjastiili erinevad kujud ja suurused annavad kirjutatud ideele visuaalse kuju ning teevad sellest dünaamilise kommunikatsioonivahendi (Turgut, 2014). Näiteks, kui kogu loetav tekst on paksus kirjas välja toodud või hoopis kasutatud kaldkirja, siis see vähendab selle konkreetse teksti loetavust ja arusaamist (Kurtcu, 2012).

### **1.3.4 Ligipääsetavus ja lisamaterjalid**

Acquaro ja DeMarco (2008) kolmandaks ja viimaseks tähtsaks punktiks on koolide kodulehtede ligipääsetavus ja kvaliteetsete materjalide pakkumine õpilastele, lapsevanematele ja õpetajatele. Lisamaterjalide või funktsioonide lisamine nagu sisseastumisvormi täitmine kodulehel, annavad koolile võimaluse näidata enda mitmekesisust otsustes ja protsessides (Taddeo ja Barnes, 2016). Üheks suureks kooli veebisaidi kasuteguriks on ligipääsetavus igas kohas ning igal ajal (Tubin ja Klein, 2007). Kuigi üha rohkem koole kasutavad kodulehte kommunikatsiooni tööriistana ning lisavad veebisaidile juurde erinevaid elemente nagu näiteks interaktiivne kalender, peavad koolid ette vaatama, et kasutusel olevad elemendid ei tekita veebilehel sirvides probleeme (Wells ja Barron, 2006). Kooli kodulehel kuvatud internetileheküljed igasuguste õppematerjalidega näitavad tehnoloogia sidumist õpetamisega ning viited sotsiaalmeedia kontodele on vihjeks, et kool on aktiivne informatsiooni jagaja ka mujal kui ainult kodulehel (Taddeo ja Barnes, 2016). Siinkohal saab välja tuua, et külastades erinevaid Eesti koolide kodulehti võib tihti leida viiteid sotsiaalmeediakanalitele, kus ollakse üpriski aktiivsed infojagajad.

### **1.3.5 Eesti koolide kodulehtede areng**

Nagu eelpool töös mainitud, siis koolidel on vabad käed oma veebilehe kujundamiseks ja sellest tulenevalt on võimalik näha ka erinevusi veebilehtede vahel. Samas leiab Harju maakonna näitel koole, mis on kasutanud ühiseid platvorme. Üheks on HITSA (Hariduse Infotehnoloogia Sihtasutuse) poolt pakutav projekt: „Haridusasutuste ühtse veebiplatvormi loomine, juurutamine, hooldamine“. Selle projekti eesmärgiks on luua koolidele kesksel sisuhaldustarkvaral ja ühtsetel halduspõhimõtetel tuginev veebilehtede platvormiteenus (Haridus-ja Noorteameti kodulehekülg, 2021). Ühtne platvormiteenus aitab kaasa atraktiivsema, visuaalselt selgema ning informatiivsema kodulehe loomiseks, mis oma kasutajasõbralikkusega aitab toetada koolide missiooni ja visiooni (*Ibid.*). Kodulehe üldine struktuur - plokkide ja menüüde asukohad ning nimetused on kõigil asutustel ühesugune (HITSA kodulehekülg, 2021). Valida saab värvitoone ja nuppude kuju vastavalt stiiliraamatule (*Ibid.*). Koolide eelarved ja ressursi võimalused on aga ka erinevad ning siinkohal tuleb välja tuua, et HITSA poolt hallatavatele asutustele on platvormi kasutamine tasuta ning teistele haridusasutustele maksab aastane kasutusõigus olenevalt andmemahu suurusest 150€ või 300€ (HITSA..., 2021). Haridusasutus peab ise ka maksma domeeni eest ja selle registreerima (*Ibid.*). Praktikast on aga näha, et ühise platvormi kasutamine pole nii hästi rakendunud, sest

sama platvormi kasutavate koolide puhul leiab erinevusi nii väljanägemise kui ka funktsionaalsuse poolest (vt Lisa 1).

## 1.4 HARIDUSASUTUSE SÜMBOLID

Erinevatel kooli veebilehtedel käies jääb silma konkreetse kooliga seotud sümbolid ning kuidas nad on neid veebilehel kasutanud. Koolid ei peaks aga olema teadlikud ainult sellest, mida sümbolid nende jaoks tähendavad, vaid ka sellest, kuidas teised neid mõistavad (Berkowicz ja Myers, 2015). Koolides on aeg uurida märke, sümboleid ja rituaale, mis tahtmatult või tahtlikult sõnumeid edastavad (*Ibid.*).

### 1.4.1 Sümbolika kasutamine kodulehel: logo ja moto

Logo on visuaalne element, mis peegeldab sotsiaalseid ja eetilisi väärtusi ning ideaalne logo peaks suutma edastada organisatsiooni põhiväärtusi (Park, Eisingerich ja Pol, 2014). Logod aitavad tajuda organisatsioonis toimuvat läbi sümbolite ja suudavad toetada organisatsiooni identiteeti ning väärtusi (Bolman ja Deal, 2017). Kooli logo ja moto on kauakestvad sümbolid ja nendel on positiivne mõju kooli kultuurile (Silvera, 2017). Seega on tähtis, et logo edastaks küllastajale kindlat sõnumit, sest see on tihedalt seotud ka organisatsiooni visiooniga. (Iftach ja Lichchinsky, 2019). Muidugi ei saa kooli logo visuaalse meediumina edasta kõiki väärtuseid, mida kool pakub (Meyer, Hollerer, Jancsary, Leeuwen, 2013), kuid selle abil on koolil võimalik rõhuda ainulaadsusele ja eristada end teistest (Foroudi, Melewar, Gupta, 2014). Samuti aitab see kaasa oma liikmete minapildi ja grupiidentiteedi loomisele ning tugevdab kooli ühtsustunnet (*Ibid.*). Iftach ja Lichchinsky (2019) uurisid Iisraeli koolide logosid veebilehtedel ja intervjuerisid koolide direktorid, ning leidsid, toetudes Delmestri, Drori ja Obergi (2015) tööle kolm tunnusjoont kooli logodes: akadeemilisus, traditsioonilisus ja rahvuslus. Samuti lisasid Iftach ja Lichchinsky (2019) uue tunnusjoonena sotsiaal-eetilise logo, kus erinevates värvides identseid kujundeid tajuti sümboolselt kui mitmekesisuse aktsepteerimist.



**Kuvatõmmis 1.** Neeme Kooli logo ja moto. Allikas: Neeme Kooli kodulehekül.



**Kuvatõmmis 2.** Aegviidu Kooli moto ja logo. Allikas: Aegviidu Kooli kodulehekülg.

Iftach ja Lichchinsky (2019) uuringus selgus, et valguse sümbolid nagu näiteks tõrvik, päike ja päikesekiired tähistavad valgustatust; raamat (tihti lahtiselt) sümboliseerib õppimist; hammasrattad ja rattad on tehnika tähistamiseks ning maod on sümboliks meditsiinile. Delmesteri jt (2015) leidsid erinevate ülikooli sümboleid uurides, et religiooni, religioosete või kuninglike tegelaste juurde kuulusid pitsat, kilp ja embleem - nende kujundus on samuti seotud teadmistega, teadusega ja tehnoloogiaga (*Ibid.*). Kooli kodulehel kuvatud vanemad ja ajaloolised (tihti must-valged) pildid koolimajast annavad külastajale tugevalt mõista sotsiaalsete suhete varasemast korrast, mis põhinevad eluviisil, mida peetakse etteaimatavamaks, stabiilsemaks ja turvalisemaks (Wilkins, 2012). Kooli missioon, tähtsamad saavutused koolis ja ajaloolised objektid on mõned ilmselged sümbolid, mida koolis kuvatakse. (Deal ja Peterson, 2016). Nimetatud sümbolid peaksid näitama kooli uhkust ja pühendumust, samuti võib neid esitleda kooli koridoris, et avaldada muljet külalistele (Silvera, 2017).



**Kuvatõmmis 3.** Emili Kooli logo üheks elemendiks on raamat. Allikas: Emili Kooli kodulehekülg.



**Kuvatõmmis 4.** Haabneeme Kooli logost leiab sümbolina päikese/valguseallika. Allikas: Haabneeme kooli kodulehekülg.



**Kuvatõmmis 5.** Gustav Adolphi Gümnaasiumi logo iseloomustab embleem. Allikas: Gustav Adolphi Gümnaasiumi kodulehekülg.

## 1.5 UURIMUSKÜSIMUSED

Nagu teooria lähtepunktidest selgub, siis koolide koduleht on oluline kommunikatsioonikanal ning see peab vastama huvipoolte vajadustele. Samuti on üsna olulisel kohal kodulehe kujundus ja visuaal, kuid kooli veebisaitide väljanägemist on vähe uuritud. Tähtis on aga mainida, et välismaal läbi viidud uuringud on küll heaks aluseks Eesti koolide veebilehtede uurimiseks, siis peab ikkagi arvestama, et ainult teiste riikide kogemuste pealt ei saa Eesti koole analüüsida ja hinnata. Samamoodi ei saa Harju maakonna näitel luua terviklikku pilti Eesti Vabariigi kõikidest üldhariduskoolidest. Hindamaks ja võrdlemaks visuaalset kommunikatsiooni Harju maakonna koolide avalehtedel lähtun kahest uurimisküsimusest:

- **Kuidas kasutatakse erinevaid kujunduslike elemente, sümboleid ja infokastide asetust kooli kodulehe avalehel?**
- **Millised on erinevused ja sarnasused visuaalses kommunikatsioonis eri tüüpi koolide veebilehtedel?**

## 2. METOODIKA

Esimeses alapeatükis selgitan andmeanalüüsi meetodit standardiseeritud kontentanalüüs ja põhjendan tehtud valikuid. Teises alapeatükis toon põhjused, miks oli kasulik valida visuaalse kommunikatsiooni uurimiseks just Harju maakonna üldhariduskoolid ning kolmandas alapeatükis selgitan koostatud kodeerimisjuhendit ja andmete analüüsi protsessi. Kategooriapuu jaoks kategooriate leidmine ja koostamine käis paralleelselt teooria peatükkide kirjutamisega ja materjalide läbitöötamisega.

### 2.1 ANDMEANALÜÜSI MEETOD

Bakalaureusetöös kasutan andmeanalüüsi meetodina standardiseeritud kontentanalüüsi, mille abil on võimalik panna koolide kodulehe visuaal ja sümbolid kvantitatiivsesse vormi. Kontentanalüüs on uurimistehnika kommunikatsiooni sisu objektiivseks, süstemaatiliseks ja kvantitatiivseks kirjeldamiseks (Kalmus, 2015). Andmeanalüüsis kasutan Exceli programmi ja jään kirjeldava statistika juurde, sest see katab kõik minu vajadused, milleks on andmete koondamine, tulemuste võrdlemine ning tabelite esitamine. Valimis on 144 üldhariduskooli ning standardiseeritud kontentanalüüs on antud bakalaureusetöös sobilik, sest see sobib suurte valimite uurimiseks ning suudab toime tulla suure hulga andmetega (Kalmus, 2015; Kim ja Kuljis 2010; Krippendorff, 1980 Kim ja Kuljis 2010:284 kaudu;). Samuti on hea suure valimi puhul andmete mitmekesine esitamine, saan kasutada nii graafikuid, tabeleid kui ka sektordiagramme. Võrreldes mõne teise uurimismeetodiga, kus uurija peab protsessi sekkuma ja võib mõjutada uuritavat materjali, siis standardiseeritud kontentanalüüsi tulemus on enamasti objektiivsem (Kim ja Kuljis, 2010). Samuti on kontentanalüüsi eeliseks teostamine, sest kui analüüsitav informatsioon on leitav internetist ja sellele on alati ligipääsetavus tagatud, siis ei ole uurijal vajalik võtta ühendust uuritava sisu autoritega (*Ibid.*).

Samas on aga standardiseeritud kontentanalüüsi juures ka kitsaskohad (Kalmus, 2015; Weare ja Lin. 2000). Probleemseks kohaks on koostada kirjeldavaid kategooriaid, sest erinevad visuaalsed elemendid on tihti üksteisega segatud (Weare ja Lin, 2000) ja uuringu tulemus võib olla triviaalne, sest meetod ei lase uurida tähendusi, mis on ridade vahel peidus või erinevalt tõlgendatav (Kalmus, 2015). See on ka minu bakalaureusetöö üheks suurimaks raskuseks, sest koolide veebilehelt leitav sisu võib olla mõistetud erinevalt. Selle probleemi seljatamiseks aga

võtan tähenduste uurimise põhitoeks teorias lahatud autorite tulemused ja tähelepanekud ning sean kategooriatele konkreetsed piirid.

Standardiseeritud kontentanalüüs koosneb kolmest etapist ja selle kirjeldamiseks on vaja moodustada ranged reeglid, mille järgi teostatakse uuring (Kalmus, 2015). Esimene etapp sisaldab ettevalmistusi, kus on vaja koostada uurimisprogramm, valida analüüsitav materjal ja koostada kodeerimisjuhend (*Ibid.*). Kodeerimisjuhendi (vt Lisa 2) koostas teooria peatükkides kasutatud kirjanduse ja antud bakalaureusetöö kahe peamist uurimisküsimuse põhjal: kuidas kasutatakse erinevaid kujunduslike elemente, sümboleid ja erinevate infokastide asetusi avalehel ning millised on erinevused ja sarnasused visuaalses kommunikatsioonis eri tüüpi koolide veebilehtedel. Standardiseeritud kontentanalüüsi tunnuseks ongi analüüsikategooria, mille puudumist või esinemist uuritavas materjalis süstemaatiliselt kontrollitakse (Kalmus, 2015).

Teises etapis on vaja tekste kodeerida ehk andmeid koguda (Kalmus, 2015). Seega kannan kodeerimisjuhendi alusel andmed tabelisse: kas juhendis märgitud kategooriad esinesid veebilehtedel või ei esinenud. Kolmanda ehk viimase etapina toimub andmete analüüs (Kalmus, 2015). Kontentanalüüsi tulemused seisnevad sümboleid esinemissageduses ning kui kodeerides selgub, et teatud koolide veebilehtedel esineb valitud kategooriaid mõõdukalt, siis saab selle järgi teha ka järeldusi kodulehe visuaalse kommunikatsiooni efektiivsuses (*Ibid.*).

## **2.2 VALIM**

Töös rakendan valimi koostamisel sihipärast valimit Harju maakonna üldhariduskoolide näol, kus on 2020/2021 õppeaasta seisuga 147 üldhariduskooli (Haridussilma..., 2021). Harju maakonna koolid on heaks valikuks, sest tulemustes on võimalik kätte saada lai skaala koolide veebilehtede kohta. Nagu sissejuhatuses juba välja toodud on seal nii ühed suurimad kui ka väiksemad koolid Eestis ning leidub nii algkoole, põhikoole kui ka gümnaasiumeid. See loob võimaluse, kus tulemustes on võimalik võrrelda eri tüüpi koolide kodulehti. Samuti aitab see leida vastused, kas algkoolide veebilehed, kus on üheks sihtrühmaks noored õpilased, on konkreetsema ja lihtsama ülesehitusega kui põhikoolid või isegi gümnaasiumid, kus on õpilased tunduvalt vanemas eas. Analüüsi valimisse jäi 144 Harju maakonna üldhariduskooli, sest välja

jäid kaks täiskasvanute gümnaasiumi ja Tallinna Soome kool, kus polnud võimalik sisu tarbida ei eesti ega inglise keeles.

### **2.3 KASUTATUD ANDMETE ANALÜÜSIMISE EETILISED ASPEKTID**

Iga teadlane puutub uurimistöö kõigis etappides kokku eetiliste probleemidega ning juba uurimisteema valik kujutab endast eetilist otsust, sest teadusest valitseb ettekujutus kui eksimatust, objektiivsust, tõsust või vähemalt selle poole püüdlevast distsipliinist (Eetikaveebi..., i.a). Antud töö puhul on kooli kodulehtede hindamisel tegu avaliku materjaliga ning otseselt kasutamisluba küsima ei pea. Eetikaveebi (i.a) andmetel ei tohi teadustöök vajalikkude informatsiooni kogumisel kahjustada osalisi ning uurimistöö autor vastutab uuringu tulemuste tõlgendamise eest. Seega võtsin bakalaureusetöös sihiks mitte jagada otseseid hinnanguid koolide kohta, vaid keskenduda kujunduslikule ja visuaalsele sisule, mis on enamasti subjektiivsemad. Veelgi enam on vaja arvestada, et koolil on võimalik ise otsustada, kuidas tahetakse oma sihtrühmadeni jõuda. Samuti tunneb kool enda huvipooli paremini, kui kõrvaline vaatleja ning seetõttu ei pruugi ettevõetud sammude hinnanguline käsitlemine olla adekvaatne.

Oluline on ka töö keeleline korrektsus, probleemide käsitlemine, põhjendused, järeldused peavad olema loogilised ning uuringu tulemused peavad olema adekvaatsed (Eetikaveebi..., i.a). Siinkohal võtsin arvesse, et igal koolil on erinevad ressursid oma kodulehe osas ning olin arusaamal, et veebileht ei saa olla prioriteetsem põhiülesandest ehk hariduse andmisest. Terve töö vältel suhtusin lugupidavalt kogutud andmetesse ja töös toodud näited illustreerisid erinevaid praktikaid, mida oli võimalik kodulehekülgedelt leida. Ajakiri Märka Last artiklis „Mida järgida lasteasutustes pildistamisel“ (2019) selgub, et lähtuvalt andmekaitsereeglitest koolidele, võivad lapsed igal ajal paluda kooli kodulehelt oma pilt eemaldada. Seega jälgisin kuvatõmmiste kasutamise juures, et pildile ei satuks lapsi, sest antud bakalaureusetöös läheks taoliste juhtumite menetlemine keeruliseks.

## 2.4 KOODIPUU JA ANDMETE ANALÜÜS

Koodipuu (vt Lisa 2) esimene kategooria: üldinfo kooli kohta (A), kasutasin Tikerperi (2018) määratud koolide suuruseid. Väikekool on alla 100 õpilase, keskmise suurusega kool 100-299 õpilasega ja suurkoolis õpib rohkem kui 300 õpilast (*Ibid.*). Eristan samuti Tallinna Haridusameti haldusala koole teistest Harju maakonnas asuvatest üldhariduskoolidest ning ühtlasi toon välja ka kooli liigid: algkool, põhikool, põhikool + gümnaasium ja gümnaasium. Need kolm alamkategooriat on antud töös väga vajalikud, sest nii saab kätte tulemused, kus on võimalik võrrelda veebilehtede väljanägemist koolide vahel, mis erinevad üksteisest suuruse, asukoha ja liigi poolest.

Teine suurem kategooria on üldinfo veebilehe kohta (B), mis aitab anda pealiskaudse ülevaate leheküljes ülesehitusest. Siin kategoorias kogusin andmeid juba teoorias erinevate autorite (Piper, 2018; Taddeo ja Barnes, 2016; Hartshorne jt, 2014; Hu ja Soong, 2007; Tubin ja Klein, 2007) poolt välja toodud tulemuste ja võrdluste abil: kooli veebilehe huvipooled, leheküljelt informatsiooni leidmine, täpsus ja selle relevantsus. Toetudes eelnimetatud autoritele lisasin ja koostasin vajalikud kategooriad. Info leidmise abivahendid (B1), keele valik (B2), suunamine teistele veebilehtedele (B3), lehekülje autori andmed (B4) ja veebisaidi viimane uuendus (B5).

Kolmas kodeerimise ülemkategooria on kooli identiteet (C). Selle kategooria jaotasin viieks eristatavaks alamkategooriaks: sümbolid avalehel (C1), kooli logo (C2), kooli moto (C3), kooli lühikirjeldus/tutvustus (C4) ja kontakt (C5). Küllastades kodeerimise käigus erinevaid kodulehti ning tuginedes teooria osas välja toodud autorite soovitudele kontaktivormi (Taddeo ja Barnes, 2016; Acquaro ja Demarco, 2008) moto ja logo (Silvera, 2017) ning kooli kirjelduse osas (Hartshorne jt, 2014; McKenzie, 1997;) sai avalehelt leitavad tunnused täpsemaks süstematiseerida ja kodeerimisjuhendiga kodeeritavaks muuta.

Neljas ja viimane ülemkategooria on veebilehe disain (D) ning siinkohal tuleb eraldi välja tuua kolm alamkategooriat: kujunduslik terviklikkus (D1), font (D2) ning piltide kasutamine (D4), sest nende määratlemist hõlbustasid küll kodeerimisjuhendis välja toodud märksõnad, kuid siiski võib disaini hindamine kujuneda subjektiivseks. Seega vajas disaini määramine äärmist tähelepanelikkust. Ülejäänud alamkategooriad on: uudised avalehel (D3), kalender või sündmused (D5) ning avalehe suurus (D6).

Suurendamaks töö usaldusväärst ja veebilehe disaini (D) kategooria katsetamist kaasasin kodeerimise protsessi uurimusega mitteseotud inimese. Kaaskodeerijal paluti uurida 20 ette antud Harju maakonna kooli kodulehe avalehte, kasutades varasemalt paika pandud kategooriaid, et leida erinevused minu tehtud töö tulemustes ja kaaskodeerija omades ning vajadusel viia sisse muudatused. Kaaskodeerimise tulemusena selgus, et kooli identiteeti (C) ühte alamkategooriat (logo) on raske hinnata selliselt, et kodeerija mõistaks, kas logo näeb välja ametlikum ja akadeemilisem või pigem meenutab joonistust ilma kindlate piirideta. Selles kategoorias kattus tulemus 50% ulatuses. Samuti sai kaaskodeerija abil sisse viia tähtsa muudatuse disaini (D) kategoorias, kus avalehe suuruse tulemused kattusid 75% ulatuses, sest mõisteti, et kasutati erineva kuvasuhtega ekraane. Ülejäänud kaaskodeerimise tulemused kattusid 90% või enam, mis tähendas, et kaaskodeerija oli varem paika pandud koodidega nõus. Kaaskodeerija ettepanekul täiustasin kooli logo alamkategooriat konkreetsemaks ning eemaldasid tulemustest kooli avalehe suuruse mõõtmise, sest selle võrdlemine oli ebatäpne.

Samas aga tuleb andmeanalüüsi usaldusväärst koha pealt tuua välja probleemina kaaskodeerija vähese osaluse. Kaaskodeerija abi oleks võinud kasutada terve kodeerimise ulatuses ning selle abil oleks saanud koodipuu usaldusväärst katsetada kõigi 144 uuringus osalenud kooli peal, mis oleks andnud veelgi täpsema ülevaate paika pandud kategooriatest.

Kodeerimisjuhendi põhjal koostasid kodeerimistabeli andmetöötlusprogrammis Microsoft Excel. Lisaks andmete kogumisele, kasutasid Microsoft Exceli programmi graafikute, diagrammide ja kokkuvõtete tegemiseks.

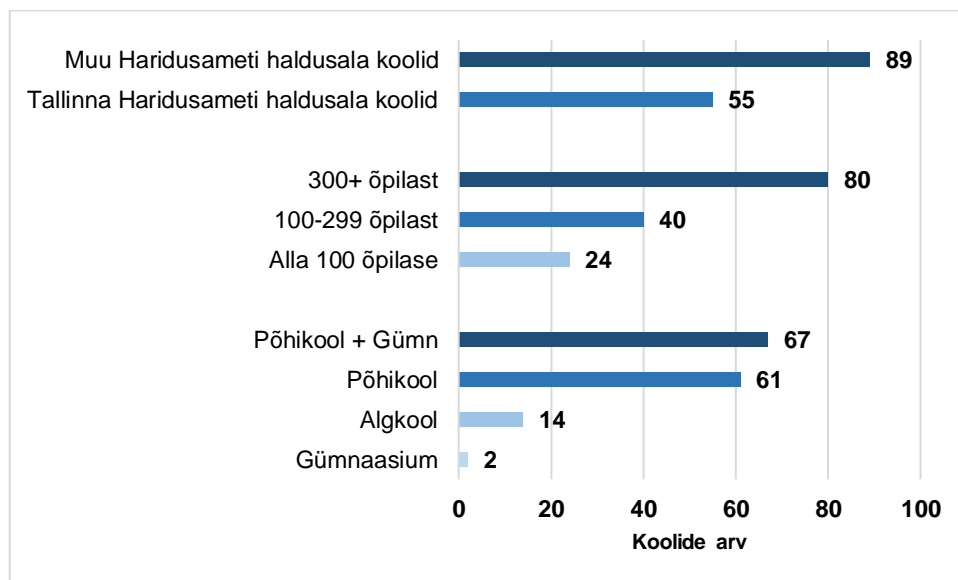
### 3. UURIMISTULEMUSED

#### 3.1 KONTENTANALÜÜSI TULEMUSED

Nagu varem mainitud, jaotuvad kontentanalüüsis kodeeritud tunnused nelja suuremasse kategooriasse: **üldinfo kooli kohta, üldinfo veebilehe kohta, kooli identiteet ning veebilehe disain**. Kontentanalüüsi tulemused esitlen nimetatud kategooriate kaupa.

##### 3.1.1 Harju maakonna koolide üldinformatsioon

Valimi moodustab 144 üldhariduskooli ning Joonisel 1 on välja toodud üldinfo koolide kohta, et järgmises peatükis saaks võrrelda tulemusi eri tüüpi koolide vahel.



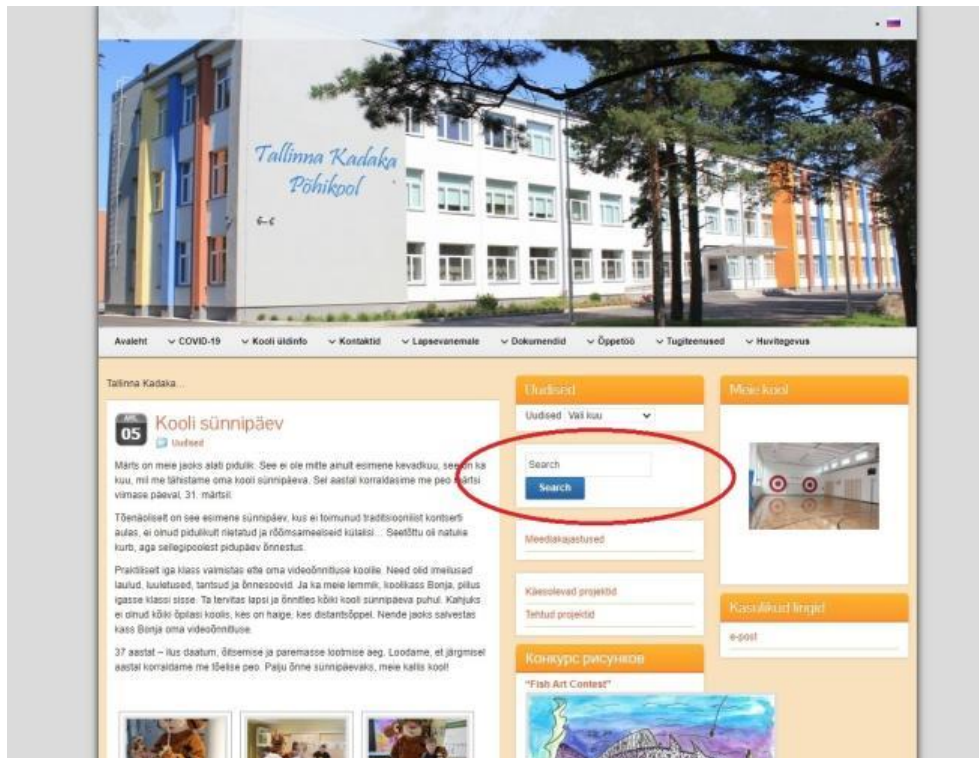
Joonis 1. Üldinfo Harju maakonna üldhariduskoolide kohta. (N=144).

##### 3.1.2 Üldinfo veebilehe kohta

Antud kategooria moodustab viis alamkategooriat: **info leidmise abivahendid, keele valik, suunamine teistele veebilehtedele, veebilehe kujundaja andmed ja veebisaidi viimane uuendus**.

Informatsiooni leidmise üheks abivahendiks on otsinguriba, mis oli olemas 63% koolidest. Otsinguriba puhul on tegemist lahtriga, kus on võimalik sisestada märksõnu, et kiirelt leida soovitud materjal. Üldiselt võis leida otsinguriba lehe ülevalt osast ja see ei jäänud väga märkamata, sest oli konkreetselt märgitud ja arusaadava kujundusega. Samas aga leidis mõni

erand, kus otsinguriba asus tavapäraselt kohas ja esmapilgul silma ei hakanud (vt kuvatõmmis 6).



**Kuvatõmmis 6.** Inglisekeelne otsinguriba lehe keskosas teiste infokastide vahel. Allikas: Tallinna Kadaka põhikooli kodulehekülj.

Kooli koduleht on huvipoolte jaoks tähtis kommunikatsioonikanal ning nagu teoorias välja toodud oleks kasulik kooli kodulehe külastajale vajalik informatsioon võimalikult lihtsalt kätte toimetada. Seda aitab efektiivsemaks muuta erinevate kategooriate ja menüüde kasutamine avalehel. Kogu valimist (N=144) oli viie (3.4%) kooli avalehel võimalik leida eraldi sektsioonid kõigile kolmele peamisele huvipooltele: õpilane, lapsevanem ja õpetaja. Eraldi sektsioon lapsevanematele oli 31 koolil, õpilastele 23 koolil ja õpetajal seitsmel koolil. Lahendusi oli mitmeid: päises olevad menüüid, avalehe keskosas olevad infokastid, plokid või sektsioonid (vt kuvatõmmis 7;8).



**Kuvatõmmis 7.** Eraldi sektsioonid huvipooltele avalehe keskosas. Allikas: Viimsi Gümnaasiumi kodulehekülg.



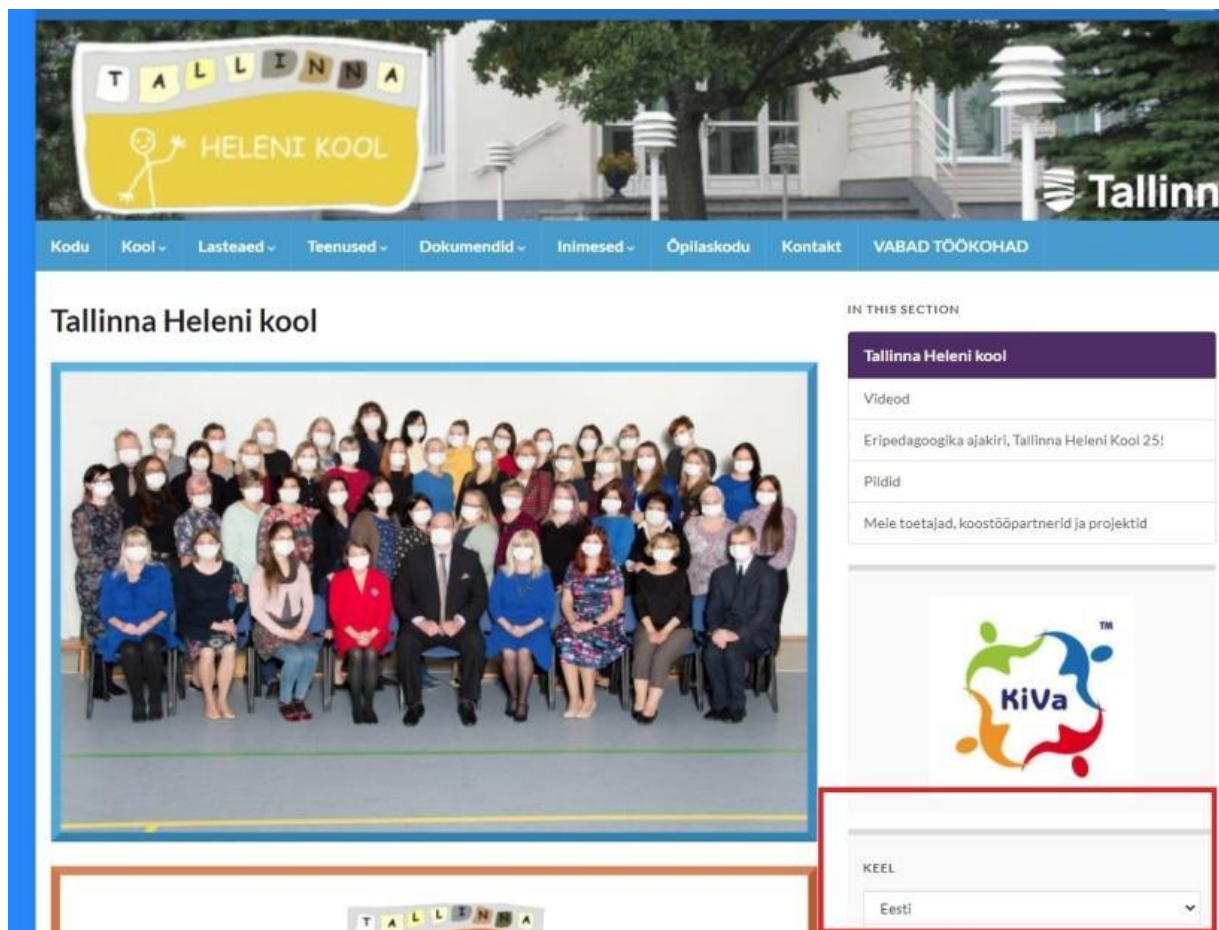
**Kuvatõmmis 8.** Päises olev menüüriba, kus on toodud eraldi valikud huvipooltele. Allikas: Tallinna Pae Gümnaasiumi kodulehekülg.

Kogu valimist oli 53 koolil võorkeele valiku võimalus avalehel olemas ning 91 koolil see puudus. Samas peab märkima, et võorkeelt valides ei muutunud paljudel koolidel kogu veebilehe sisu, vaid lihtsalt suunas eraldi leheküljele, kus oli valitud võorkeeles lühidalt informatsioon kooli kohta. Kuid oli ka koole, mis võorkeele valiku puhul tõlkisid terve veebilehe sisu. Näiteks Püha Johannesse kooli kodulehte oli võimalik lugeda üheksas erinevas võorkeeles (vt kuvatõmmis 9).

Kõige rohkem leidus keele valiku võimalust veebisaidi algusosas, üleval paremal nurgas ning teiseks kõige populaarsemaks asukohaks oli lehekülje allosa. Samuti nagu otsinguriba puhul peab siin välja tooma probleemsetena asjaolu, et mõne kooli puhul asus keele valiku võimalus tavapäratus kohas ja võis jääda märkamata (vt kuvatõmmis 10). Teiseks suureks probleemiks olid mõned üksikud koolid, kus oli selgelt näha välisriigi lippu, mis näis tähistavat enamasti keele valiku võimalust, kuid peale vajutades ei muutunud midagi.



**Kuvatõmmis 9.** Püha Johannesse kooli koduleht kümne erineva keele valikuga. Kõik võõrkeeled töötasid ja tõlkisid terve lehekülje. Allikas: Püha Johannese Kooli kodulehekülg.



**Kuvatõmmis 10.** Ebatavaline asukoht ja taustast oluliselt eristamatu keele valiku võimalus, mis võib jääda külastajale märkamata. Allikas: Tallinna Heleni Kooli kodulehekülg.

Suunamine teistele veebilehtedele kooli kodulehekülje kaudu on üheks võimaluseks pakkuda külastajatele lisainformatsiooni kooli või haridusega seonduva kohta. Valimist 11% polnud enda avalehele lisanud ühtegi bännerit ega välislinki, mis suunaks kooli veebilehelt teisele veebisaidile. Samas aga 68% koolidest oli jätnud avalehele eraldi koha, mis suunas vähemalt ühele sotsiaalmeediakanalile (*Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIN*). Sotsiaalmeedia on koolidele kasulik infokanal ning külastades erinevaid koolide *Facebooki* lehekülgi on selgelt näha, et seal ollakse väga aktiivsed infojagajad. Seda kinnitab ka fakt, et mõne kooli kodulehel

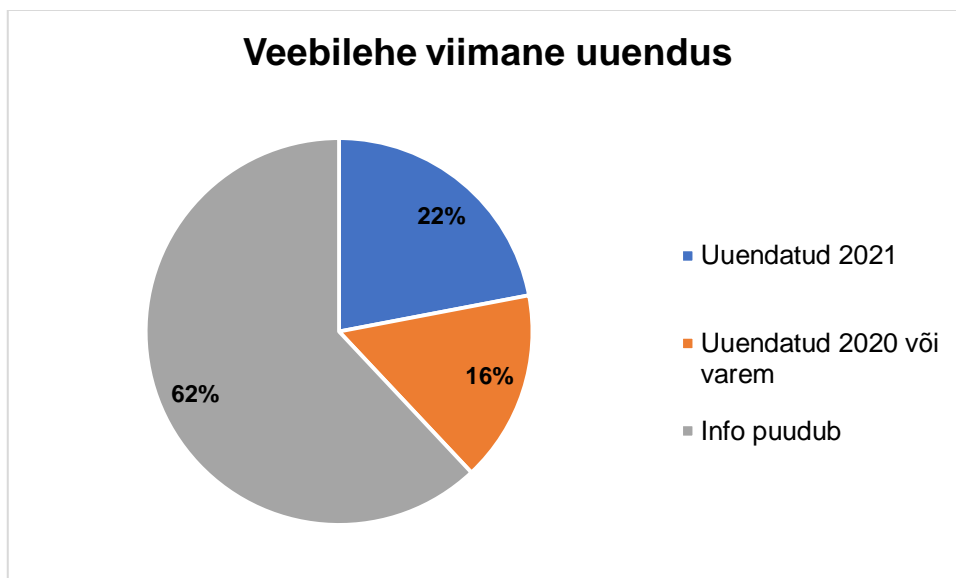
oli külastajaid kutsunud jälgima kooli sotsiaalmeediakanaleid, et infoga kursis püsida. Mujale veebisaidile suunavad välislingid olid olemas 73% veebilehtedest. Kõige rohkem oli suunamisi lehekülgedele nagu: tallinn.ee, eesti.ee või hitsa.ee. Samuti kasutasid välislinkidele suunamiseks enamus koole bannereid ja logosid.

Koolide seas olid populaarsed ka leheküljed, mis näitasid kooli kuuluvust erinevatesse ettevõtmistesse, nagu Hea kooli rajaleidja, Roheline Kool, Kiusamisvaba Kool jne (vt kuvatõmmis 11).



**Kuvatõmmis 11.** Suunamine teistele veebilehtedele bannerite ja logode kaudu. Allikas: Peetri Kooli kodulehekülg.

Kõigist analüüsitud kodulehtedest ei olnud 89 kooli puhul võimalik avalehelt leida informatsiooni kuna toimus viimane tuvastatav uuendus veebilehel. Võimalik, et veebisaidiga on midagi ka hiljem tehtud, kuid tegevust ei ole peetud uuenduseks või on jäänud üles märkimata. Samas oli 32 kooli veebilehelt võimalik leida kõige hiljutisema uuendusena aasta 2021 ning 23 veebisaiti olid märkinud aastaks 2020 või varem (vt joonis 2).



**Joonis 2.** Kooli kodulehtede viimane uuendus. (N=144).

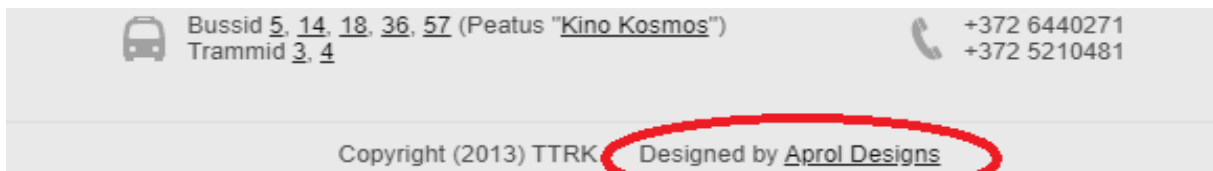
Kuigi võib küll väita, et pidev uudiste lisamine avalehele annab aimu, kas kodulehel olev informatsioon on relevantne, peab siiski arvestama ka asjaoluga, et aastaarv lehe allosas võib samuti edastada külastajale sõnumit kooli kodulehelt leitava informatsiooni täpsusest. Mõni üksik Harju maakonna üldhariduskool oli kuupäeva täpsusega märkinud lehekülje viimase uuenduse (vt kuvatõmmis 12). Jällegi vastukaaluks leidis koolide veebilehti, kus aastaarv lehe allosas oli juba mitu aastat vana ja sellega võivad koolid rikkuda enda usaldusväarsust lehekülje suhtes (vt kuvatõmmis 13). Kooli kujunduse autorit või veebilehe sisu haldajat ei olnud võimalik leida 132 kooli puhul, üheksal koolil oli viide IT-firmale (kujundajale) ning kolm kooli olid märkinud kodulehe haldajaks koolitöötaja (vt kuvatõmmis 14. ja 15).

MTÜ Puuetega Laste Keskus Lootus | Maidla küla, Saue vald 76402 Harjumaa | tel. 6088618  
Viimati muudetud: 06.04.2021

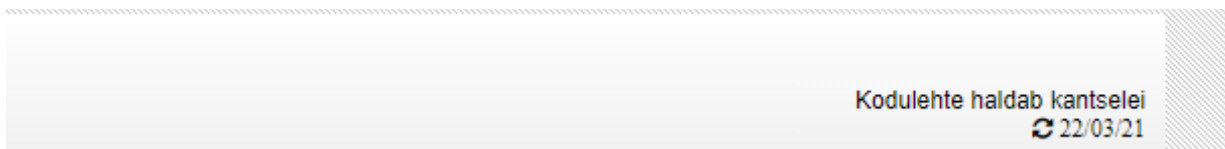
**Kuvatõmmis 12.** Kooli kodulehe viimane uuendus on kuvatud kuupäeva täpsusega. Allikas: Salu Kooli kodulehekülg.

© 2017 Sakala Eragümnaasium | Все права защищены

**Kuvatõmmis 13.** Kooli kodulehekülje allosa on nähtavaks aastaarvuks 2017. Allikas: Sakala Eragümnaasiumi kodulehekülg.



**Kuvatõmmis 14.** Kooli veebisaidi alumises osas on välislingina viide veebisaidi kujundajale. Allikas: Tallinna Tõnismäe Reaalkooli kodulehekülg.



**Kuvatõmmis 15.** Kooli avalehelt leitav teade, et kodulehte haldavad koolitöötajad. Allikas: Pääsküla Kooli Kodulehekülg.

### 3.1.3 Kooli identiteet

Erinevaid kooli veebilehti külastades jäid ajapikku silma sarnased sümbolid ja kujutised. Avalehel olevaid sümboleid uurides ei võtnud ma arvesse uudiste sektsioonis asuvaid sümboleid või pilte ning eemaldasin vaatlusest ka galerii. Seda selleks, et saada kätte ülevaade konkreetset avalehe kujundusest ning mitte lihtsalt piltide kasutamisest sektsioonides, kus sisu võib tihti muutuda.

Valimist (N=144) oli 87 kooli avalehel olemas pilt koolimajast ning enamasti oli see lehekülje päises, 56 korral oli avalehe pildidel lapsed või õpetajaid, ka siin oli piltide asukoht enamasti veebilehe algusosa. Koolimajaga seonduvad pildid ja sümbolid nagu: klassiruum, tahvel, raamatud, koolitarbed jne, oli võimalik leida 46 kooli kodulehel. Looduslikud elemendid esinesid 40 kooli veebilehel ning enamasti olid need pildid lehekülje ülaosas, kus oli liikuv galerii ning pildidel olid õpilased õues tegutsemas. Enda kooli konkreetset sümbolit rõhutasid 22 kooli. Kõige rohkem oli visuaalset materjali kooli sümboolikaga riideesemete või meenete näol. Samuti leidsin pilte skulptuuridest või büstidest, mis kujutasid kooliga seotud isikuid. Koodipuud kasutades leidsin aga kaheksa kooli, kus eelpool nimetatud sümboleid või pilte ei esinenud. Need veebilehed olidki enamasti minimalistlikuma ülesehitusega.

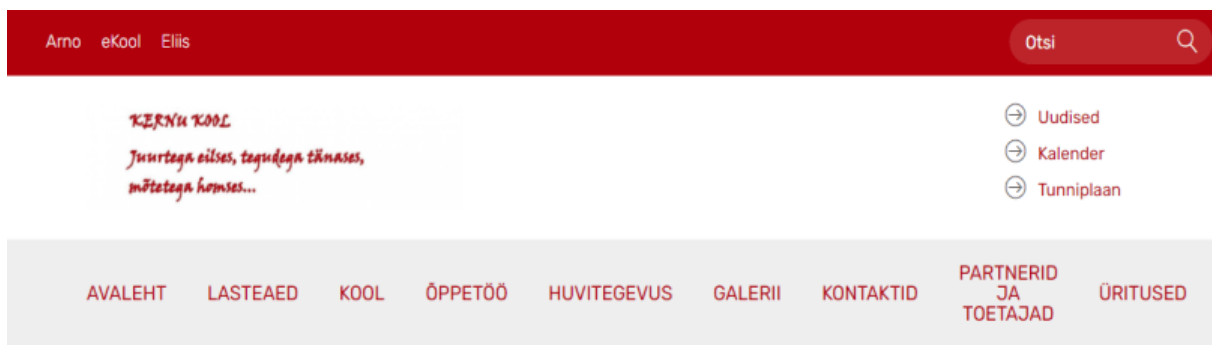
Üheks tähtsaks sümboliks koolidel on kindlasti logo, mille abil on võimalik ennast nähtavale tuua ja teistest eristada. Logo värve ja teemat on paljud koolid oskuslikult ära kasutanud ja selle abil teinud veebilehe visuaalse poole tunduvalt nauditavamaks, sest logo värve on kasutatud terve veebilehe ulatuses ja hoitud sarnast teemat. Veebilehe on ehitanud kooli logo ümber 73

kooli (vt kuvatõmmis 16), 49 kooli puhul on logo lisatud veebisaidile iseseisva elemendina ning 22 koolil ei olnud avalehelt kooli logo võimalik leida.



**Kuvatõmmis 16.** Kooli logo ja veebilehe üldised värvid ja teemad on üksteisega kooskõlas. Allikas: Tallinna Ühisgümnaasiumi kodulehekül.

Lisaks logole on võimalik kooli identiteeti edasi anda ka moto lisamisega. Samas aga oli näha, et moto lisamine veebilehele võiks olla läbimõeldud otsus, sest kümne kooli avalehel ei eristunud moto selgelt ülejäänud veebilehest oma värvi, suuruse, kirjatüübi või asukohta tõttu (vt kuvatõmmis 17). Moto oli selgelt eristatav ja nähtavas kohas 37 kooli puhul ning koguni 97 koolil puudus moto veebisaidi avalehelt.



**Kuvatõmmis 17.** Moto kirjutamiseks on kasutatud kirjatüüpi, mis ei joonista tähti selgelt ja lihtsalt eristatavalt välja. Allikas: Kernu Kooli kodulehekül.

Kooli tutvustus või lühikirjeldus oli küll olemas paljudel koolidel kuid selleks oli vaja minna avalehelt juba edasi. Kogu valimist oli lühitutvustus olemas 37 kooli avalehel, kus 32 nendest olid ära maininud kooli eesmärgi ja missiooni, 18 kooli rõhutasid ühtse kogukonna tundele, seitse kooli keskendusid kirjelduses ajaloole ning neli mainisid kooli vilistlasi ning nende saavutusi. Seega oli koole, kus tutvustus koolist oli põhjalik ja suutis edasi anda mitu ideed.



**Kuvatõmmis 18.** Kooli üks osa tutvustusest on veebilehe algusosas, kus rõhutatakse kogukonnatunnetusele. Allikas: Haabeneeme Kooli koduleht.

Valimist oli 92% koolidest menüüvalikusse lisanud nimetuse kontakt ja sellele peale klikkides suunati järgmisele veebilehele, kus olid kuvatud kooli kontaktandmed. Ülejäänud 8% koolidest küll eraldi kontakti menüüs valikuna välja ei toodud aga sellegipoolest oli kõikidel koolidel vähemalt üks kontakt avalehelt leitav: kooli aadress (73%), üldine e-mail (71%), telefoninumber (70%). Eraldi peab välja tooma, et kuus kooli (4%) olid lisanud avalehele võimaluse tagasiside jätmiseks, mille olemasolu pidasid välismaal läbiviidud uuringud üsna tähtsaks (vt kuvatõmmis 19).

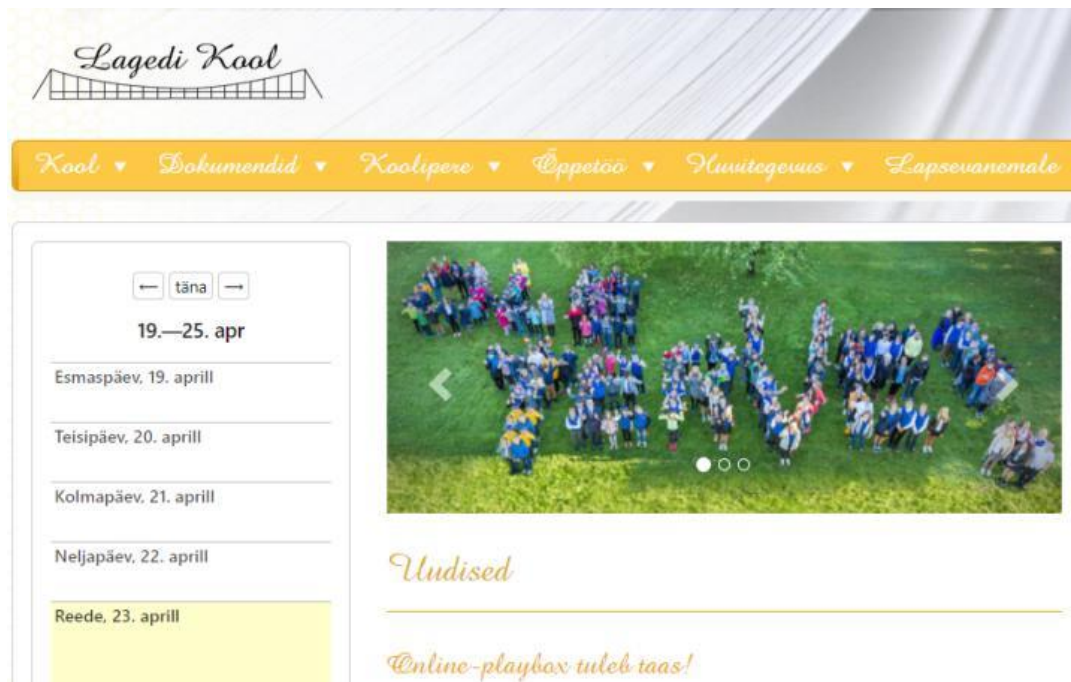
**Kuvatõmmis 19.** Lehekülje allosas olevad kontaktandmed olid tavaliseks nähtuseks, kuid samas võis 6 kooli puhul leida sealt lisaks ka tagasiside vormi. Allikas: Edu Valem Erakooli kodulehekülj.

### 3.1.4 Veebilehe disain

Hindamaks veebilehe disaini oli vaja leida konkreetsed märksõnad, mis aitaksid luua üldpilti veebilehest. Terve veebilehe hindasin terviklikuks, kui menüü tasandid olid eristatavad, värviteema oli ühtlane, informatsioon oli kategoriseeritud ning ei olnud liialt palju valget ja tühja ruumi, mis ei kandnud edasi ühtegi funktsiooni. Selliste märksõnade kaudu lehtede hindamine viitas, et valimist (N=144) oli 131 kooli avaleht kujunduslikult terviklik, 13 kooli puhul aga oli raske eristada lehekülje erinevaid plokkke või infokaste, samuti oli kasutatud palju erinevaid värve, mis tükeldasid lehekülje mitmeks erinevaks osaks (vt kuvatõmmis 20). Kirjatüübi puhul võis täheldada, et 136 kooli olid kasutanud fonte süsteemselt. See tähendas, et fondid moodustasid terviku, kirjasuurus ja värvid sobisid omavahel ning teksti lugemisega ei tekkinud probleeme. Kaheksa kooli puhul oli raskem leida fontide süsteemsust, sest oli kasutatud üksteisest erinevaid kirjatüüpe ja tekste leidus paljudes eri värvides (vt kuvatõmmis 21).



**Kuvatõmmis 20.** Roheline värv muudab lehekülje mitmeks osaks ning võib sellega mõjutada terviklikku veebilehe kujundust. Allikas: Oru Põhikooli kodulehekülg.



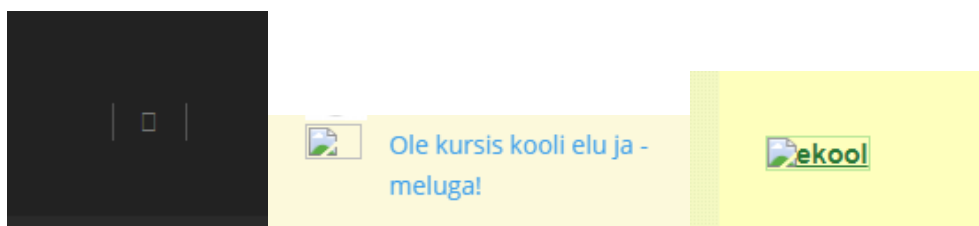
**Kuvatõmmis 21.** Menüüribal ja uudistes on kasutatud *Amazon*e kirjatüüpi, mille tähed ei joonistu lihtsasti eristatavalt välja. Allikas: Lagedi Kooli kodulehekülg.

Üheks osaks kooli kodulehel on uudised, et koolis toimuvaga kursis olla. Kõigist analüüsitud kodulehtedest oli 14 kooli (10%), kus polnud esilehel eraldi uudiste sektsiooni. 130 kooli (90%) puhul oli avalehel olemas eraldi uudiste sektsioon ning enamasti olid uudised koos kujundatud plakati või piltidega, samas leidis ka koole, kus uudised koosnesid vaid tekstist ja pealkirjast.

Erinevaid kooli veebilehti külastades leidis palju pilte, mis aitasid edastada koolis toimuvat. Samas ei võiks olla piltide kasutamine põhjalikult eesmärgistamata, sest vales formaadis või halva kvaliteediga pildid võivad külastajale jätta negatiivse mulje. Valimist (N=144) ei kasutanud viis kooli enda avalehel ühtegi pilti, mis ei tähendanud, et tegemist oli algelise või mittetöötava leheküljega, vaid veebilehe kujundus oli lihtsalt minimalistlikum (vt kuvatõmmis 22). 130 kooli veebilehel leidis pilte, mis olid sobivas formaadis, vastukaaluks aga üheksa kooli veebilehel esines pilte, mis olid udused või märgistatud vesimärgiga. Samuti esines kujutusi, kus pidi idee poolest olema graafiline element aga selle asemel kuvati vigane ikoon või veateade (vt kuvatõmmis 23).



**Kuvatõmmis 22.** Minimalistlik kujundus ja pildimaterjali puudumine kooli avalehel. Allikas: Tallinna Prantsuse Lütseumi kodulehekül.



**Kuvatõmmis 23.** Vasakult-paremale loetletud tähelepanekud: helehall kastike, millele klikkides suunati Facebooki lehele (puudus sümbol/pilt); teksti kõrval „Ole kursis kooli elu ja-meluga“ esineb tühi ikoon; E-kooli suunaval lingil ei kuvata kujutist.

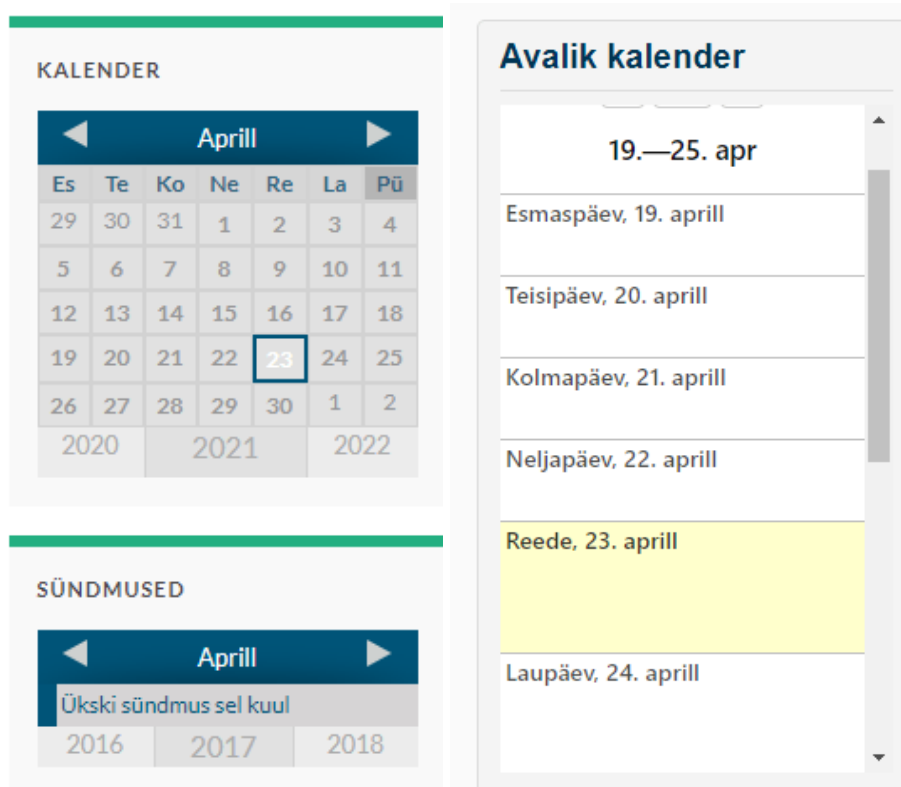


**Kuvatõmmis 24.** Veebilehe päises kasutatud pildil on näha vesimärke. Allikas: Tallinna Kunstigümnaasiumi kodulehekül.

Kasutades Google'i otsingumootorit ja sisestades otsitava kooli nime, siis tihti hakkas otsisüsteem pakkuma juba lause lõpetusi, kus olid sees märksõnad: tunniplaan, sündmused või kalender. Sellest võiks järeldada, et sündmuste kalender on üks element, mida inimesed lähevad kooli kodulehele otsima. Valimist (N=144) ei leidnud 65 kooli veebisaidi avalehelt viidet kooli sündmustele ega kalendri, 42 kooli olid kalendri avalehele lisanud ning 37 kooli kodulehe puhul oli sündmuste kalender olemas, kuid selle vaatamiseks suunati sind avalehelt ümber. Kalendrina arvestasin töös samuti ka nimetusi nagu: tulevased sündmused, üritused, kuu tegemised ning aastaplaan. Kõige rohkem esines näiteid, kus kalender oli küll avalehel olemas, kuid rohkema informatsiooni saamiseks oli vaja valida kuupäev ning sellele peale klikkida, mille järel suunati sind järgmisele veebilehele. Mõnel juhul aga oli kogu kalender kuvatud nii, et hiirt peale hoides sai kätte vajaliku informatsiooni või kuupäeva peale oli kirjutatud sündmuse detailid (vt kuvatõmmis 25).

E	T	K	N	R	L	P
29	30	31	1	2	3	4
Põhjamaa Mesindusfestival kuulutab välja laste luule- ja joonistuskonkursi "Mesilasmaagia"						
Naijapäeva tähistamine ja meemikonkurs		14:00 - 16:00 Ülekooline digioskuste teadmiste test	Eesti Teadusagen...			
5	6	7	8	9	10	11
Põhjamaa Mesindusfestival kuulutab välja laste luule- ja joonistuskonkursi "Mesilasmaagia"						
Stiinädal				15:30 - 16:30 JK Meistrivõistlused males vint.ee kaskikonnas		
12:30 - 14:00 Virtuaalne mõttepordi olümpiaadi 4. etapp males						
12	13	14	15	16	17	18
Põhjamaa Mesindusfestival kuulutab välja laste luule- ja joonistuskonkursi "Mesilasmaagia"						

**Kuvatõmmis 25.** Kooli veebisaidi avalehel olev kalender, kus on kuupäevade juurde kirjutatud sündmuse nimi ning kellajad. Allikas: Järveküla Kooli kodulehekül



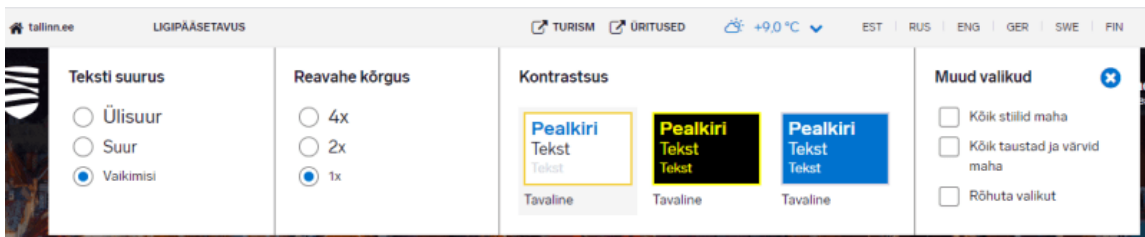
**Kuvatõmmis 26.** Erinevad lahendused kalendri kasutamise puhul kahe kooli kodulehe näitel.

### 3.1.5 Tallinn.ee ja hitsa.ee platvormid

Enne kui saan tuua välja erinevused eri tüüpi koolide vahel peab mainima, et valimis (N=144) leidis ka koolide veebilehti, mis kasutasid samasugust platvormi. Tallinn.ee veebis oli olemas kümne kooli kodulehed, mis moodustasid 7% kogu valimist. Selle platvormi kasutamine aga ei tähendanud, et koolil olid täiesti piiratud võimalused enda näo järgi leht kujundada. Sarnane oli küll lehekülje päis ja alumine osa, kuid samas sai platvormi kasutav kool lisada sündmuste kalendri, pilte, galerii, uudiseid ja juurde lisada menüü valikuid või koguni kategooriaid (vt Lisa 3). Negatiivse poole pealt aga peab mainima, et kuigi koolidele on antud kasutada selline platvorm, siis on leida ka lohakusvigu. Näiteks oli küll koolidel lisatud pilt enda koolimajast, kuid leidis veebilehti, kus pilt ei kohandunud kuvasuhtega ning seega kannatas pildi kvaliteet veebilehe vaates (vt kuvatõmmis 27). Samas aga on tallinn.ee platvormi suureks plussiks võimalus muuta ligipääsetavust, mis aitab küllastajatel sisu mugavamalt tarbida (vt kuvatõmmis 28.)



**Kuvatõmmis 27.** Päises kasutatud pilt ei ole kohandunud kuvasuhtega. Allikas: Tallinna Südalinna kooli koduleht.



**Kuvatõmmis 28.** Ligipääsetavuse valik päises, mis võimaldab muuta veebilehe kujundust vastavalt vajadusele. Allikas Tallinna kodulehekülg.

Teiseks ühiseks koolide veebiplatvormiks oli varem töös mainitud HITSA poolt pakutav projekt. Seda platvormi kasutasid kogu valimist (N=144) 16 kooli ehk 11% Harju maakonna üldhariduskoolidest. Kodulehe üldine struktuur - plokkide ja menüüde asukohad ning nimetused on kõigil asutustel ühesugune. Seega nagu tallinn.ee platvormi puhul, siis ka siin olid lehe päis ja allosa peaaegu alati identsed. Suureks erinevuseks tallinn.ee platvormi vahel on aga HITSA puhul erinevate värvide kasutamine. See tähendab, et hitsa.ee platvormi kasutavad koolid erinesid üksteisest värvide poolest ning enamus koole kasutas enda kooli logo värve ka menüü plokkidel ja ülejäänud lehel. Samuti nagu tallinn.ee platvormi puhul, siis peab ka siin miinuseks tooma, et kõik koolid ei ole kasutanud maksimaalselt ära platvormi potentsiaali (vt Lisa 1).

## 3.2 ERINEVUSED ERI TÜÜPI KOOLIDE VAHEL

Erinevate Harju maakonna üldhariduskoolide võrdluseks on koolid jaotatud kolme kategooriasse: **kooli suurus, kooli liik ning haridusameti haldusala** (vt Joonis 1).

### 3.2.1 Erineva suurusega koolid

Valimis (N=144) on 80 suurkooli (rohkem kui 300 õpilast), keskmise suurusega koole 40 (100-299 õpilast) ning väikekoole alla 100 õpilasega on 24. Tulemustest selgub, et suurkoolid kasutavad enda veebilehtedel rohkem elemente ning infokaste võrreldes nii keskmise suurusega koolide kui ka väikekoolide veebilehtedega.

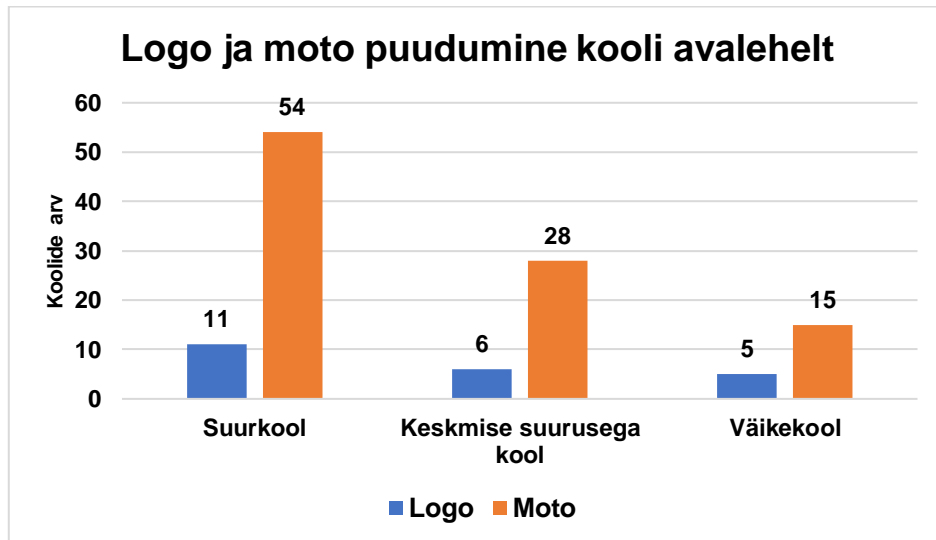
Suurkoolidest (N=80) oli otsinguriba olemas 71% koolidest, keskmise suurusega koolidel (N=40) 58% ja väikekoolides (N=24) oli otsinguriba leitav avalehelt 42% koolidest. Samuti oli suurkoolidel peaaegu pooltel veebilehtedel olemas keele valiku võimalus samas aga vastukaaluks oli väikekoolidel võimalik keelt vahetada veerandil valimist. Suurkoolid olid aktiivsemad ka välislinkide jagamisega oma kodulehel, sest 75% suurkoolidest olid oma avalehele märkinud veebilinki, kust oli võimalik leida kooli sotsiaalmeediakanal. Väikekoolidel oli see olemas 50% kodulehtedest ning keskmise suurusega koolidel oli sotsiaalmeediakanalile suunamine olemas 32% koolidest. Kui välja jätta sotsiaalmeediakanalid ja õpikeskkonnad, siis oli väikekoolide kodulehelt leida kõige vähem suunamisi teistele veebilehtedele. Keskmise suurusega koolidel oli kõigil 40 koolil olemas vähemalt üks teisele leheküljele suunav veebilink ning suurkoolidel puudus viide teisele veebilehele viie kooli puhul.

Analüüsitud koolide veebilehtedest oli viie kooli puhul võimalik kooli avalehelt leida sihipäraselt suunatud kommunikatsioon huvipooltele konkreetse infokasti või menüüriba abil (vt kuvatõmmis 7; 8). Need kõik viis kooli olid suurkoolid ehk siis väiksemate koolide puhul sellist tegutsemist kooli avalehel ei olnud võimalik leida. Kolmas osapool oli kujundanud kuue (N=80) suurkooli veebilehe, kahe keskmise suurusega kooli (N=40) veebisaidi ning ühe väikekooli (N=24) kodulehe.

Sümbolite ja piltide kasutamine avalehel oli aga erinevate suuruste koolide puhul enamjaolt sarnane. Oli pilte koolimajast, õpilastest ja õpetajatest, loodusest ja koolimajaga seonduvatest esemetest (klassiruum, tahvel, raamatud jne). Näiteks pilt enda koolimajast oli avalehel olemas 64% suurkoolidest, 60% keskmise suurusega koolidest ning 50% väikekoolidest. Enam-vähem sama suhe tuli ka piltidest, kus olid peal õpetajad või õpilased (suurkool – 38%; keskmise suurusega kool – 40%; väikekool – 38%), looduslikud elemendid (suurkool – 25%; keskmise

suurusega kool 28%; väikekool 32%) ning koolimaga seonduvad sümbolid (suurkool - 28%; keskmise suurusega kool- 20%; väikekool 33%).

Samamoodi leidus sarnasusi logode ja motode kasutamise kohta erinevate koolide avalehelt (vt Joonis 3).



**Joonis 3.** Logo ja moto puudumine Tallinna üldhariduskoolide kodulehtede avalehelt. Suurkool (N=80), keskmise suurusega kool (N=40) ning väikekool (N=24).

Suurem erinevus aga tuli lühikirjelduste ja kooli tutvustuse osas. Suurkoolidest (N=80) oli võimalik lühikirjeldust leida avalehelt kümne kooli puhul (12%), keskmise suurusega koolidel (N=40) oli kirjeldus olemas 15 kooli veebilehel (37%) ning väikekoolidel (N=24) aga oli tutvustus olemas 13 kooli (54%) veebisaidil (vt kuvatõmmis 29).

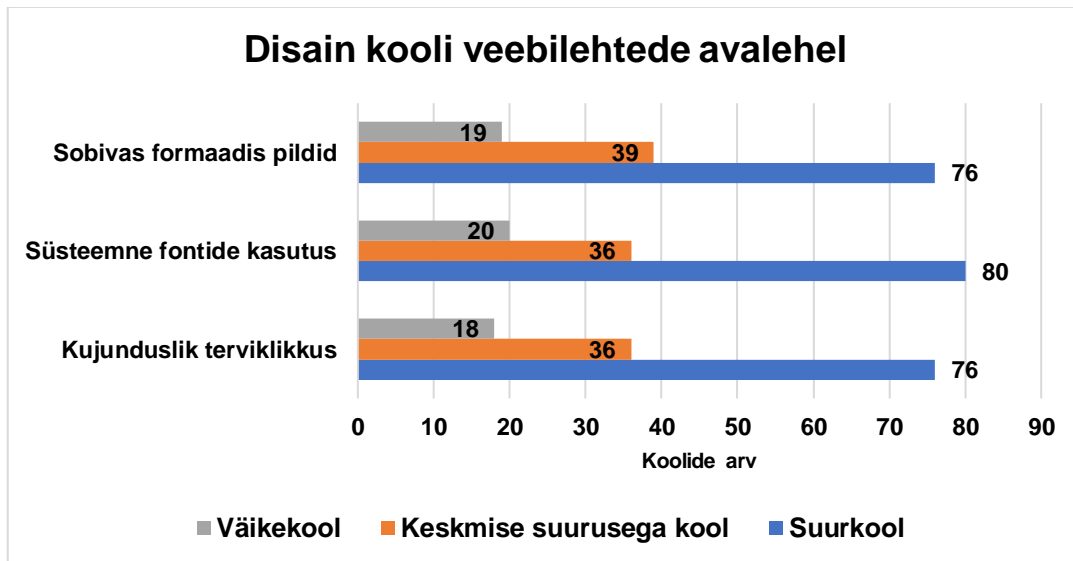
Õpime mängides ja oleme palju õues.  
Peamiseks õppe- ja kasvatus-eesmärgiks on toetada laste kasvamist loomulikult rõõmsaks ja uudishimulikuks.

Õppetöös on rõhuasetus lapse algatusel, isetegemisel ja kogemuse läbi õppimisel.

Suur rõhk on koostööl ja hoolimisel. Õpetaja roll koolis on olla suunaja, et pakkuda lastele tuge loovuse ja ettevõtlikkuse avastamisel ning säilitamisel.

**Kuvatõmmis 29.** Alla 100 õpilasega Lilleoru Põhikooli avalehel leitav lühitutvustus kooli kohta. Allikas: Lilleoru Põhikooli kodulehekül.

Disaini kategooriaid võrreldes ei olnud väga suuri erinevusi märgata kujundusliku terviklikkuse, süsteemse kirjatüübi kasutamise ja piltide kvaliteedi osas (vt Joonis 4). Kõige rohkem leidis eelnimetatud kategooriate puhul puudusi väikekoolide seas.



**Joonis 4.** Visuaalne disain eri suuruste üldhariduskoolide kodulehede avalehel. Suurkool (N=80), keskmise suurusega kool (N=40) ning väikekool (N=24).

Kõige vähem olid kalendrit kasutanud väikekoolid (N=24), kus oli võimalik kalender leida üheksa kooli kodulehe puhul, keskmise suurusega kooli (N=40) kodulehtedel oli kalender olemas 22 veebilehel ning suurkoolidel (N=80) oli selle võimaluse võimaldanud 48 kodulehte.

### 3.2.2 Eriliiki koolide erinevused

Valimist (N=144) oli põhikoole koos gümnaasiumiastmega 67, põhikoole 61 ning algkoole 14. Eraldi ainult gümnaasiumeid oli kaks ning andmete võrdlemiseks lisasin need põhikooli ja gümnaasiumiastmega koolide alla. Samuti kasutan ülejäänud töös põhikooli + gümnaasiumiastmega koolide jaoks koondnimetust: gümnaasium, et teha andmete võrdlus lihtsamaks ja arusaadavamaks.

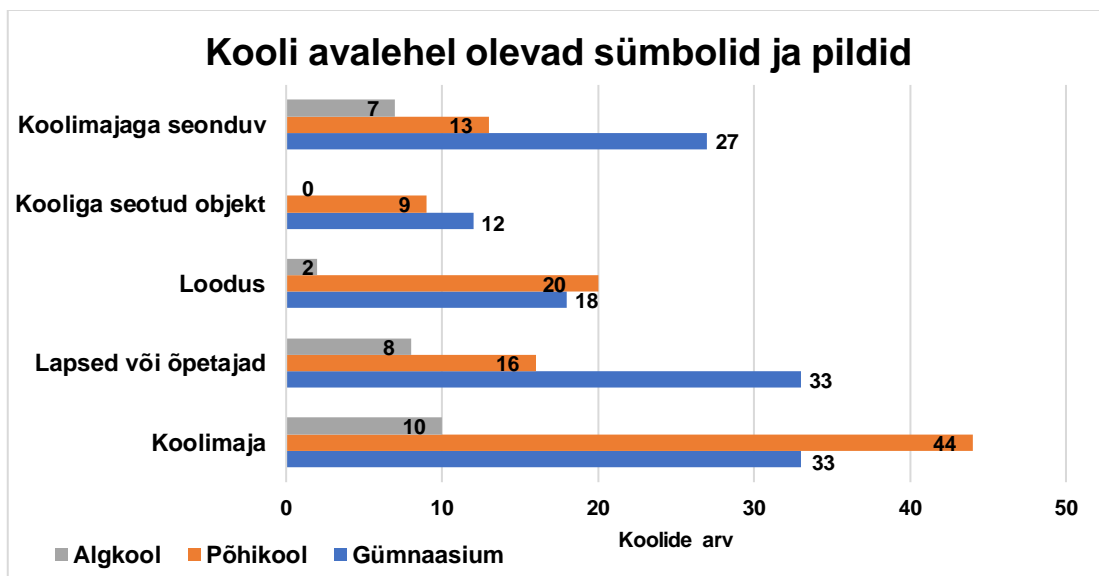
Gümnaasiumid olid enam vähem sarnaste tulemustega nagu üdini põhikoolid, kuid kui võrrelda neid kahte liiki koole algkoolidega, siis olid mõningad erinevused näha. Näiteks oli algkoolidel (N=14) viiel lehel (36%) olemas eraldi kategooria lapsevanemale, põhikoolidel (N=61) oli selliseid veebilehti 15 (25%) ning gümnaasiumitel (N=69) võis leida selle kategooria 11 kooli (16%) veebilehel. Samas ei olnud ühelgi algkooli kodulehel eraldi kategooriat suunatud õpetajatele. Seevastu aga oli põhikoolidel ja gümnaasiumitel õpetajale suunatud sisu mõnel üksikul koduleheküljel leitav. Kõige rohkem leidis eraldi õpilasele suunatud sisu

gümnaasiumite veebisaitidelt (15 kooli - 22%), põhikoolidel oli kaheksal (13%) kodulehel olemas õpilase kategooria ning algkoolidest leidis õpilasele suunatud infokasti ühelt kodulehelt (6%).

Funktsionaalsuse poole pealt oli kõige vähem otsinguriba kasutanud algkoolid ja kõige rohkem gümnaasiumid. Gümnaasiumitel (N=69) oli otsinguriba kuvatud 48 (70%) kodulehe puhul, põhikoolidel (N=61) oli otsinguriba leitav 37 (61%) veebilehel ning algkoolidel (N=14) oli võimalik otsinguriba avalehelt leida kuue (43%) kooli koduleheküljelt. Keele valiku võimalus oli samuti kõige rohkem esindatud gümnaasiumitel, kus 51% kooli veebilehtedest võimaldasid vähemalt ühe võõrkeele valiku võimaluse. Põhikoolidel oli see võimalus olemas 27% lehtedest ning algkoolidel 14% valimist.

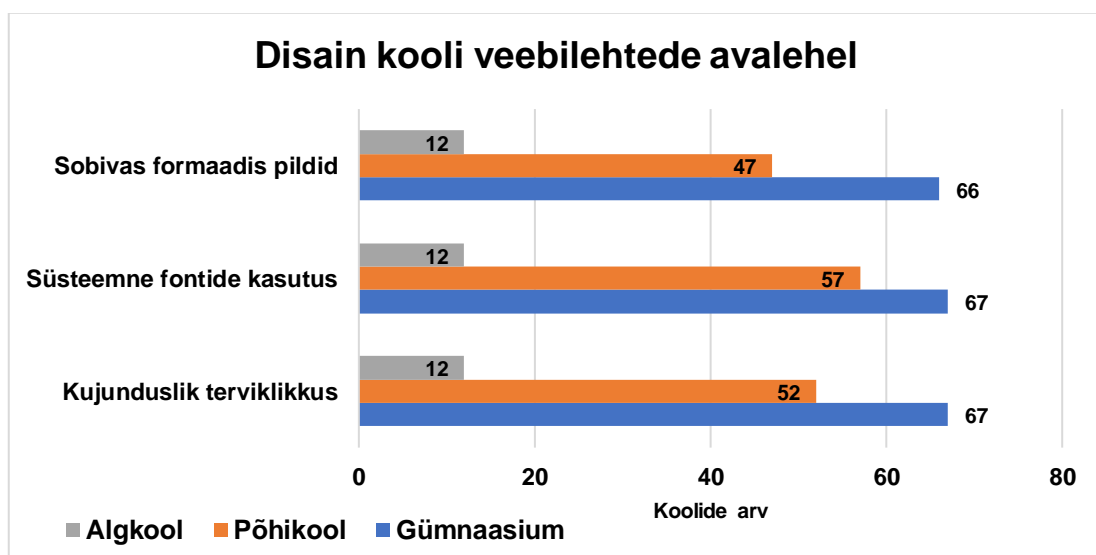
Kõik kolm erinevat liiki kooli aga olid sarnaste tulemustega välislinkide lisamisel avalehele. Näiteks oma kooli sotsiaalmeediakanalile suunas 77% gümnaasiumite kodulehtedest, põhikoolidest 62% ning algkoolidest 64%. Sarnane oli lugu ka õpikeskkonnaga: gümnaasium 61%, põhikool 66% ning algkool 57%. Suurem erinevus tuli sisse teistele veebilehekülgedele suunamise kategoorias, kus algkoolid suunasid teisi veebilehti külastama 50% kodulehekülgedest, põhikoolid aga 72% ning gümnaasiumid 83% valimist.

Nagu erinevate suuruste koolide puhul, siis ka eriliiki koolide tulemustes võib näha, et sümbolite ja piltide kasutamine avalehel on mõningas kohas sarnane, kuid eriliiki koolide puhul on tulemused juba rohkem seinast-seina. Sümbolite ja piltide kasutamisel oli näha mitmeid erinevusi (vt Joonis 5). Näiteks algkoolide (N=14) veebilehtedel ei olnud ühtegi visuaalset materjali, kus oleks kujutatud konkreetse kooliga seotud sümbolit: kuju, skulptuur, büst, koolilogo riietel või esemetel. Samas näiteks oli gümnaasiumitel (N=69) üle poolte veebisaitide puhul puudu pilt koolimajast.



**Joonis 5.** Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehe avalehelt leitavad sümbolid ja pildid. Gümnaasium (N=69), põhikool (N=61) ning algkool (N=14).

Gümnaasiumitel (N=69) puudus logo avalehelt seitsme (10%) kooli koduleheküljelt ning motot ei olnud võimalik leida 46 (67%) veebisaidi puhul. Üsna sarnane oli ka põhikoolide (N=61) tulemus, kus logo puudus kümnel (16%) kooli veebilehel ning moto 41 (67%) veebisaidil. Algkoolidel (N=14) aga puudus logo viiel (35%) koolil. Samas moto puudus algkoolidel üheksal (64%) veebilehel, mis oli nii põhikoolidele kui ka gümnaasiumitele sarnase suhtega. Kõige suurem erinevus siin kategoorias tuli aga kooli lühikirjelduste osas. Algkoolidel oli seitsme kooli (43%) avalehelt võimalik leida tutvustus kooli kohta, põhikoolidel oli see protsent juba väiksem (21 kooli - 33%) ning gümnaasiumitel nendest kolmest kooliliigist kõige madalam (12 veebilehte – 17%).



**Joonis 6.** Visuaalne disain eriliiki üldhariduskoolide kodulehtede avalehel.

Nagu ka väikekoolide puhul eelmises peatükis, siis ka siin on näha, et algkoolid on mõne kujundusliku aspekti poolest natukene madalamate tulemustega, kuid vahed pole märkimisväärselt suured (vt Joonis 6). Seda kõike mõjutab ka muidugi valimite erinev suurus.

Kalender oli avalehelt leitav aga kõikidel eriliiki koolidel peaaegu võrdselt, gümnaasiumis 55% koolidest, põhikoolides 56% veebilehtedest ning algkoolidest 50% kodulehtedest olid enda avalehele lisanud kalendri vaatamise võimaluse. Tallinna Haridusameti haldusala koolidest (N=55) kasutasid kümme kooli tallinn.ee platvormi, mis moodustasid 100% seda platvormi kasutavatest koolidest (N=10) ning seitse kooli kasutasid hitsa.ee platvormi, mis tegi 44% kogu valimist (N=16).

## 4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Käesolevas peatükis võtan aluseks uuringu käigus saadud tulemused ning vastan uurimisküsimustele toetudes samaaegselt teoreetilistele lähtekohtadele. Järeldused esitan uurimisküsimuste kaupa.

### 1) **Kuidas kasutatakse erinevaid kujunduslike elemente, sümboleid ja infokastide asetust kooli kodulehe avalehel?**

Koolide kodulehe puhul on vajalik teadvustada, et veebilehe väljanägemine on üheks kooli visiitkaardiks (Álvarez ja Ines, 2017). Seega on vaja mõista, kuidas erinevad elemendid, sümbolid ja infokastide asukohad mõjutavad kogu veebilehe väljanägemist.

Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehtede uuringu tulemused näitasid, et domineerivaks detailiks kooli veebilehtedel on piltide kasutamine, mille töid välja ka Singapuri koolide juures Hu ja Soong (2007) ning USA koolide puhul Klein jt (2003). Samas leidis valimis mõni veebileht, kus oli kasutatud ebakvaliteetseid pilte ning Beairdi (2007) arvates kahjustab selliselt piltide esitamine lehekülje atraktiivsust. Kuigi Iisraeli kooli veebilehtede uuringus oli üheks suurimaks miinuseks piltide juhuslik kasutamine (Tubin ja Klein, 2007), siis Harju maakonna puhul oli näha, et enamus veebilehel olevast pildimaterjalist olid seotud konkreetselt kooli või selle sümbolitega. Näiteks leidis pilte koolimajast, õpilastest, õpetajatest ning konkreetse kooliga seonduvatest objektidest.

Uuringu tulemused kajastasid samuti, et koolid kasutavad veebilehel informatsiooni esitamiseks lisaks pildimaterjalile ka teisi graafilisi elemente (logo, joonistused, bännerid, värvid), mille tähtsusele rõhutas ka Moore (2009), kelle arvates muudab erinevate disainielementide kasutamine huvipooltega suhtlemise efektiivsemaks. Kuigi Tubin ja Klein (2007) töid välja, et kooli kodulehe platvormi eeliseks on mitmekülgne informatsiooni esitamine ning üheks võimaluseks on ka helide kasutamine, siis Harjumaa koolide puhul avalehtedelt audioklippe ei leitud.

Üheks kujunduselemendiks on ka kirjatüüp ning uuringus oli mõni üksik kool, mis kasutas avalahel informatsiooni edastamiseks kaldkirjas või paksult esile toodud fonti ning Kurtcu (2012) arvates vähendab see selle konkreetse teksti loetavust ja arusaamist. Samuti oli mõne kooli puhul probleemiks erinevate värvide kasutamine kirjutise vältel, kuid Krauss (2005) rõhutab, et vaja oleks kasutada sarnast värvitooni kogu infolõigu jooksul.

Üle poole koolidest (N=144) olid lisanud võimaluse leida avalehelt sündmuste kalendri, mida peavad Acquaro ja DeMarco (2008) üheks tähtsaks osaks kooli veebisaitide juures. Probleemina peab välja tooma, et 22 koolil puudusid nii logo kui ka moto, kuigi need kooli sümbolid on Silvera (2017) arvates tähtsad oma positiivse mõju poolest kooli kultuurile, ning Fouroudi, jt (2014) rõhutavad, et logo abil on võimalik toonitada ainulaadsusele ja end teistest eristada. Motot ei olnud võimalik leida avalehelt koguni 97 kooli puhul.

Valimist vaid 22% koolidest olid märkinud, et leht on viimati uuendatud 2021. aastal, kuigi Taddeo ja Barnes (2016) väidavad, et ajakohane informatsioon on indikaatoriks, kas kooli veebileht on pidevas kasutuses ning Hu ja Soong, 2007 arvates jätab uuendamata informatsioon küllastajad kahtlema loetud teabe täpsuses.

Korraliku kooli veebilehe kujundamise teeb tunduvalt lihtsamaks, kui koolil on piisavalt eelarvet kasutada professionaalse IT-ettevõtte teenuseid (Tubin ja Klein, 2007). Küllastades Harju maakonna koolide kodulehti, siis oli võimalik leida üheksa kooli lehe allosas informatsiooni, et lehe kujundus on sisse tellitud. Tubin ja Klein (2007) toovad oma uuringus välja, et kui kool ei suuda rahaliselt veebilehe kujundamisele panustada, siis üheks võimaluseks on õpetajate kasutamine ning kolme Harju maakonna üldhariduskooli (N=144) puhul oli võimalik avalehelt leida teade, et kodulehega tegeleb koolitöötaja või õpetaja.

Uuringus oli tallinn.ee veebilehe platvormi kasutanud kümme kooli, mille suureks eeliseks oli võimalus muuta ligipääsetavust ja tarbida veebisaidi sisu erinevates mõõtmetes. Ligipääsetavuse tähtsuse toovad esile ka kooli veebilehtede uuringus Acquaro ja Demarco (2008).

Uuringu tulemused näitasid, et 131 kooli avalehed olid kujunduslikult terviklikud ja oli mõeldud disaini tähtsusele, sest kasutati ühtlast värviteemat, informatsioon oli kategoriseeritud ning puudus tühi kasutamata ruum. Läbimõeldud visuaalse materjali kaudu on Tikerperi (2020) arvates koolidel võimalik mõjutada huvipoolte suhtumist ja hoiakut (Tikerperi, 2020).

## **2) Millised on erinevused ja sarnasused visuaalses kommunikatsioonis eri tüüpi koolide veebilehtedel?**

Esmalt tuleb välja tuua mõningad erandid, mis tulemusi kindlasti mõjutasid. Valimis leidis ka erivajadustega laste koole ning need liigendusid enamasti väikekoolide alla (vähem kui 100 õpilast). Sellised koolide veebilehed erinesid enamasti ainult sisu poolest. Need olid konkreetsema informatsiooniga ja suunatud rohkem lapsevanematele, kuid samas veebilehe

disaini kategooria all nii suuri erinevuseid tulemustes ei kajastanud ning seega sai ka need analüüsi sisse tuua. Lehekülje väljanägemine ja disain on aga tähtis aspekt, sest esmakordne veebilehe külastaja saab koheselt aru, kas antud leht on hõlpsasti kasutatav või mitte (Acquaro ja DeMarco, 2008).

Suurkoolide puhul võib väita, et kuna õpilasi on koolis palju, siis liigub ka veebilehel rohkem informatsiooni ja on lisatud rohkem sisu. Suurkoolidest oli otsinguriba olemas 57 kooli veebilehel (N=80) ning väikekoolidel kümnel koolil (N=24). Erinevate funktsioonide lisamine aga annab koolile võimaluse näidata enda mitmekesisust otsustes ja protsessides (Taddeo ja Barnes, 2016). Samuti on suurkoolide puhul loogiline, et veebilehe külastatavus on suurem ning külastajate sekka võib sattuda suurema tõenäosusega võõrkeelt rääkiv inimene või tegu on kooliga, kus suhtlus toimub igapäevaselt kahes keeles. Seda näitasid ka uuringu tulemused, sest umbes pooltel suurkoolidest oli võimalus valida veebisaidi sisu tarbimiseks võõrkeel, kuid väikekoolides oli keele valiku võimalus vaid veerandil valimist.

Keskmise suurusega koolide puhul ei ole eelnimetatud kategooriates midagi erilist välja tuua, sest arvud olid veidi väiksemad kui suurkoolidel ja natukene suuremad kui väikekoolidel. Samas aga olid keskmise suurusega koolide veebilehed kõige aktiivsemad välislinkide jagajad, sest kõik 40 (N=40) veebilehte olid oma avalehele pannud üles vähemalt ühe banneri või lingi, mis suunasid teisele veebisaidile. Acquaro ja Demarco (2008) rõhutavad, et kooli kodulehed peaksid pakkuma kvaliteetseid lisamaterjale õpilastele, lapsevanematele ning ka õpetajatele (Acquaro ja DeMarco, 2008).

Cumming jt (2002) on aga arvamusel, et üheks tähtsaks kooli veebilehe ülesandeks on õpilase-õpetaja suhtluse parandamine ning lisavad, et kooli koduleht peaks soodustama õpetamise ja õppimise individualiseerimist. Harjumaa koolide kodulehtede avalehelt sellist suhtluse toetamist ei leidnud. Samas on Eesti kontekstis see ülesanne kanda suletud õppeinfosüsteemi keskkondadel ning valimist 63% kooli avalehtedest olid lisanud suunava lingi oma koolis kasutusel olevasse õppeinfosüsteemi.

Algkoolid ja väikekoolid olid teist tüüpi koolidega võrreldes rohkem oma kodulehel kooli tutvustanud. Enamasti oli lühikirjelduses rõhutatud ühtse kogukonna tähtsusele ja tutvustatud õppimisvõimalusi. Samuti võib väita, et algkoolide õpilasi nii väga enda kooli kodulehte külastama huvipoolena ei oodata, sest valimist ainult ühel (N=14) koolil oli eraldi kategooria õpilasele, vastukaaluks aga oli viiel koolil olemas kategooria lapsevanemale. Samas aga on tähtis kooli kohta seonduvat informatsiooni suunata sihipäraselt nii lapsevanematele, õpilastele

kui ka teistele huvipooltele, sest see teeb info leidmise külastajale lihtsamaks (Hartshorne jt, 2014). Põhikoolides oli õpilastele eraldi kategooria leitav kaheksa kooli (N=61) avalehelt ning gümnaasiumides 15 kooli veebilehelt (N=69). Kuna põhikoolis ja gümnaasiumis on õpilased juba vanemas eas, siis on loogiline järeldada, et selles vanuses ollakse rohkem harjunud internetist informatsiooni otsima ja koolid on sellega arvestanud.

Joonis 4 ja Joonis 7 näitavad, et visuaalne pool eritüüpi koolide vahel nii väga ei erine. Igas valimis leidis koolide veebilehti, mis ei olnud terviklikku kujundusega või ei kasutanud kvaliteetseid pildimaterjale. Seega ühtlustasid sellised erandid eritüüpi koolide vahesid ning tulemused ei jäänud üksteisest märkimisväärselt kaugelt. Läbimõeldud disaini tähtsust toonitavad Hu ja Soong (2007), sest see teeb autorite arvates vajaliku informatsiooni leidmise hulga lihtsamaks. Kõige rohkem koolide veebilehti, mis olid kujunduslikult terviklikud ning kasutasid süsteemilastelt fonte leidis suurkoolide ja gümnaasiumite seas. Sellest võib järeldada, et seda tüüpi koolide eelarved on suuremad, mis avavad rohkem võimalusi veebilehe kujundamiseks. Samas aga ei jäänud visuaalse kommunikatsiooni poolelt märgatavalt maha ka keskmise suurusega koolid ning väikekoolid.

## **5. SOOVITUSED KOOLIDELE**

Tuginedes teoreetilistele lähtekohtadele ning läbiviidud uuringu tulemustele, üritan koolidele jagada soovitusi, mis võiks aidata kodulehe üldpildile positiivselt kaasa. Samas aga peab arvestama, et osad koolid on keerulisemas seisus, sest puuduvad piisavad ressursid veebilehe arendamiseks. Samuti võib olla, et mõne kooli suhtlemistavades pole kodulehel olulist rolli ja seega pole ka sellesse panustamine prioriteediks. Seega üritan edastada lihtsamad soovitused ja ettepanekud, mille elluviimiseks ei tohiks vaja minna väga palju ressursi.

### **1) Elementide asukohad**

Standardiseeritud kontentanalüüsi läbi viies hakkasid eelkõige silma konkreetsete elementide asukohad avalehel nagu näiteks keele valik või otsinguriba. Sellised funktsioonid on veebilehtede üsna tavaliseks osaks ning vale paigutus võib muuta lisatud elemendi funktsiooni kasutuks. Pealtnäha võib jääda mulje, et tööriist on lihtsalt lehele lisatud ja pole asukoha üle pole piisavalt mõeldud. Keele valiku puhul oleks soovitus lisada see lehe allosa või ülesse paremasse nurka, sest need olid kõige levinumad praktikad ning neid oli lihtne märgata. Otsinguriba puhul sobib asukohaks üldiselt lehe ülemine osa kõige paremini, sest seda koheselt nähes on külastajal võimalik soovitud informatsioon kiirelt kätte saada.

### **2) Sündmuste kalender**

Kalendri näol on tegu abilisega, millest saavad kasu kõik kooli huvipooled. Tänu sellele on võimalik anda informatsioon edasi konkreetsemalt ja kõigile üheselt mõistetavalt. Kuigi uudiste sektsioon on ka üheks võimalikuks alternatiiviks, siis võib seal ürituse teave jääda tahaplaanile teiste uudiste tõttu. Uuringus olnud koolide veebilehed, millel oli avalehelt leitav ürituste kalender jätsid funktsionaalsema mulje. Seega võib väita, et kooli kalendri lisamine teeb koolis toimuvate ürituste reklaamimise ja kommunikeerimise lihtsamaks, sest sarnane sisu tekiks ühte kohta. Kalendri funktsiooni kasulikkuse kohta on võimalik leida viiteid Acquaro ja DeMarco (2008) lõputööst „An Exploratory Case Study: What Makes a Good School Website: Investigation of Long Island School District Website Homepages Across Socioeconomic Status”.

### **3) Olulise informatsiooni koondamine**

Siinkohal saab väita, et uudiste kaudu on võimalik ka veebilehe külastajaid informeerida kõige olulisema informatsiooniga. Sellegipoolest jäid silma kooli veebilehed, kus enda lehele oli

lisatud eraldi asukoht pealkirjaga „oluline” (vt kuvatõmmis 30). Olulise teabe alt võis leida infot kooli remondi, koolikoha taotlemise või näiteks töopakumiste kohta. Selliselt teabe edastamine on hea lahendus, sest selle abil saab kiirelt edastada informatsiooni, mida kool hetkel tähtsaks peab. Selle asukohaks oli enamasti lehe ülemine osa ning see tundub mõistlik asukoht, sest seal jääb see külastajale esmalt silme ette.



**Kuvatõmmis 30.** Mõned näited, mida koolid olulise infona külastajatele edastasid.

#### 4) Huvipooltele suunatud informatsioon

Soovitan võimaluse luua eraldi kategooriad kolmele põhilisele huvipooltele: õpilane, lapsevanem ja õpetaja. Selline lähenemine aitab huvipooltel kergemini leida informatsiooni, mis neile parasjagu kasulik või vajalik võiks olla. Sihtrühmapõhise kommunikatsiooni tähtsuse kohta on võimalik näiteks rohkem lugeda artiklist „Analysis of Elementary School Web Sites”, mille autorideks on Hartshorne, Friedman, Algozzine ja Kaur (2008).

#### 5) Tagasiside vorm

Tagasiside vormi kasulikkuse on välja toonud autorid Taddeo ja Barnes (2016) artiklis „The school website: Facilitating communication engagement and learning”. Nimelt aitab tagasisidevorm huvipoolte vaheliselt suhtlust efektiivsemaks muuta ning see julgustab kooliga ühendust võtma.

#### 6) Värvide kasutamine ja font

Värvid on ühed efektiivsemad disainielemendid veebilehel ning nende abil saab kiirelt külastaja tähelepanu endale haarata. Siinkohal peab aga ette vaatama, et erinevad värvid omavahel töötaks ja üldpilt liialt kirjuks ei läheks. Vaja on hoida ühte joont ning üritata lehekülge

erinevate värvidega mitte üle kallata ja selletõttu tükkideks jagada. Värvide kasutamisest kooli veebilehtedel koos illustratiivsete näidetega on võimalik leida Kurtcu (2012) artiklist „Analyze of high school web interface designs in terms of graphic design”. Sama artikkel räägib ka kirjatüübi valiku tähtsusest. Siinkohal soovitan vältida kaldkirjas tekstide kirjutamist, sest selliselt on raske teksti lugeda ning näiteks eriti selgelt peaks kodulehel olema kirjutatud tähtsamad pealkirjad ning menüüribad.

### **7) Piltide kasutamine**

Kooli kodulehtede üheks levinumaks visuaalseks elemendiks oli piltide kasutamine. Tuleb aga olla eriti hoolas, milliseid pilte kodulehele üles laadida. Kindlasti võiks olla pilt kvaliteetne ning mitte jääda peale vaadates uduseks. Samamoodi peaks vältima igasuguseid pilte, kus on peal võõra autori vesimärgid. Valede ja ebakvaliteetsete piltide kasutamine kahjustab kooli mainet ning raamatus „The principles of beautiful web design” kirjeldab Beaird (2007), miks on piltide kasutamine veebilehel tähtis.

### **8) Tühi ruum veebilehel**

Viimaseks soovitusel oleks kasutusel oleva veebilehe ruumi efektiivne kasutamine. Suur ja tühi ruum ei täida veebilehel mingit funktsiooni ning jätab pigem kehva mulje. Sinna aga oleks võimalus lisada materjali, mida kool soovib jagada. Võimalik on lisada näiteks tutvustus koolist ja selle ajaloost, kuulsamatest vilistlastest, galerii ja palju muid elemente.

Mõned jagatud soovitusel võivad näida küll väga lihtsakoelised, kuid analüüsid üle 140 kooli kodulehe tekkis selgem pilt, millised leheküljed töötasid paremini. Siinkohal tuleb aga mainida, et kindlasti on mõned koolid juba harjunud olema aktiivsemad sotsiaalmeediakanalites ning veebilehe haldamine ja sisu muutmine võib olla mõne kooli jaoks kulukas ja raske ülesanne. Samas aga on selgelt näha, et koolide kodulehed on visiitkaardiks nii kooli huvipooltele kui ka võõrale külastajale.

# KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli saada ülevaade varasematest uuringutest koolide veebilehtede kohta ning koostada teoreetiline ülevaade mõistmaks, kuidas kasutatakse erinevaid kujunduslike elemente, sümboleid ja nende asetust eri tüüpi Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehekülgedel. Töö eesmärgi saavutamiseks viisin läbi standardiseeritud kontentanalüüsi 144 kooli veebilehe näitel kasutades teooriale tuginedes paika pandud koodipuud. Nagu nähtub varasematest uuringutest ja teadustekstidest, on kooli koduleht oluline kommunikatsioonikanal ning lisaks sisule on veebilehtede funktsionaalsuse üheks osaks ka nende disain, kuid seda on Eesti kontekstis teenimatult vähe uuritud.

Kontentanalüüsi tulemusena võib öelda, et Harju maakonna üldhariduskoolide leheküljed erinesid üksteisest nii välimuse kui ka funktsionaalsuse poolest, isegi juhtudel kui veebilehtede aluseks oli sama platvorm. Samas aga leidis eri tüüpi koolide veebisaitidel samalaadi sümboleid ja pilte, kuid nende esitamine veebilehe külastajatele võis erineda kvaliteedi ja idee poolest. Koolide kodulehed peavad vastama erinevate huvipoolte vajadustele, samas aga keskenduma ka üldiselt veebilehe visuaalile, sest see on üheks kooli visiitkaardiks paljudele külastajatele või potentsiaalsetele huvipooltele.

Teooriale tuginedes selgus, et Eesti koolide veebilehtede peamiseks sihtrühmadeks on õpilased, lapsevanemad ja õpetajad. Samas aga oli just kontentanalüüsis kaudu näha, et sihtrühmadele suunatud informatsiooni oli keeruline koolide kodulehtedelt tuvastada. Lähtuvalt kontentanalüüsi tulemustest sõnastasin lihtsamad soovitud, kuidas saaksid Eesti üldhariduskoolid soovi või võimaluse korral enda veebilehte täiustada. Ettepanekute juures viitasin ka autoritele, kes konkreetse soovitud puhul täpsemat informatsiooni jagavad.

Minu töö puhul on tegemist ühe vähestest eestikeelsest kooli kodulehekülgede uuringutest, seega on edasisi uuringusuundi veel palju. Jätku-uuringute või tulevaste tööde puhul võib esialgu analüüsi kaasata teiste maakondade koolid, et mõista Eesti üldhariduskoolide kodulehekülgede olukorda suuremas pildis ning leida veel ühiseid platvorme, mida koolid on kasutamas. Samuti oleks huvitav intervjuuerida kooli veebilehtede huvipooli, et mõista paremini, kuidas nemad sealset sisu loovad, mõistavad ja kasutavad.

# SUMMARY

## **Visual Communication on School Websites in Harju County**

The aim of this bachelor thesis was to get an overview of previous research on school websites and to compile a theoretical overview to understand how different design elements, symbols and their placement are used on different types of school websites in Harju County. To pursue these aims and answer the research questions, I conducted a standardized content analysis on the example of 144 school websites. Previous studies conclude that the school website is an important communication channel and in addition to the content, the design of websites is also one part of their functionality. There have been very few studies about the subject in the context of Estonia.

As a result of the content analysis, I can say that the websites of general education schools in Harju County differed from each other in terms of both appearance and functionality, even in cases where the websites were based on the same platform. However, different types of school websites had similar symbols and images – still those elements varied in quality. School websites need to meet the needs of different stakeholders, but also focus on the visuals of the website in general because the website is an image of the school for visitors and potential stakeholders.

Theories suggest that the main stakeholders of Estonian school websites are students, parents and teachers. Content analysis showed that it was difficult to identify the information aimed directly at the specific stakeholder on the website. Based on the results of the content analysis, I formulated a few simple recommendations on how Estonian general education schools could potentially improve their website. In the proposals, I also referred to the authors, who provides more detailed information on a specific recommendation.

Considering that my thesis is one of the few studies written about Estonian school websites, there are many possibilities for future research. In the case of follow-up research there is an opportunity to include schools from other counties in the analysis to understand the bigger picture of Estonian school websites and to find out more common platforms that the schools are using. It would also be interesting to interview stakeholders about the school websites to better understand how they create, understand, and use their content.

## 6. KASUTATUD KIRJANDUS

Aab, A. (2015). Hariduskommunikatsioon Eestis: praktikad ja võimalused. *Kaja*, 2015(25), 7-9.

Acquaro, P. ja DeMarco, M. (2008). *An Exploratory Case Study: What Makes a Good School Website: Investigation of Long Island School District Website Homepages Across Socioeconomic Status*. Lõputöö. New York: New York Institute of Technology.

Álvarez, C. ja Ines, J. (2017). The management of schools' websites in Cantabria, Spain. *Research in Learning Technology*, 2017(25). doi: 10.1080/21567069.2017.1270579

Barron, A. E., Hohlfeld, T. ja Ivers, K. S. (2005). *An examination of trends in elementary school web sites*. Paper presented at the National Educational Computing Conference, Philadelphia, PA.

Barron, A. ja Wells, J. (2006). School Web Sites: Are They Accessible to All? *Journal of Special Education Technology*, 2006(3), 23-30. doi: 10.1177/016264340602100303

Beaird, J. (2007) *The principles of beautiful web design*. Kanada: Sitepoint.

Berkowicz, J. ja Myers, A. (2015). *Symbols in Our Schools: What Messages Do They Send?*. Kasutatud: 03.01.2021 <https://www.edweek.org/leadership/opinion-symbols-in-our-schools-what-messages-do-they-send/2015/06>

Bilač, S. ja Tavas, D. (2011). School websites: A possibility of cooperation with parents?. *Metodički obzori/Methodological Horizons*, 2011(2), 23-33. doi: 10.32728/mo.06.2.2011.02

Bolman, G. ja Deal, E. (2017). *Reframing Organizations: Artistry, Choice, and Leadership*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Breiter, A. ja Ruhe, A. H. (2018). Paper versus school information management systems: Governing the figurations of mediatized schools in England and Germany. *Communicative Figurations* (lk 313-339). doi: 10.1007/978-3-319-65584-0\_13

Cumming, J., Bonk, C. ja Jacobs, F. (2002). Twenty-first century college syllabi Options for online communication and interactivity. *Internet and Higher Education*, 2002(5), 1-19.

Deal, E. ja Peterson, D. (2016). *Shaping school culture: Pitfalls, paradoxes, and promises (3rd ed)*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Delmestri, G., Oberg, A. ja Drori, G. (2015). The unbearable lightness of university branding: cross-national patterns. *International Studies of Management & Organization*, 2015(45), 121-136. doi: 10.1080/00208825.2015.1006012

Epstein, J., Sanders, M., Simon, B., Salinas, K., Jansorn, N. ja Van Voorhis, F. (2002) *School, Family, and Community Partnerships: Your Handbook for Action. Second Edition*, (lk 27-29). Ameerika Ühendriigid: Corwin Press.

Foroudi, P., Gupta, S. ja Melewar, T. (2014). Linking corporate logo, corporate image, and reputation: An examination of consumer perceptions in the financial setting. *Journal of business research*, 2014(11), 2269-2281. doi: 10.1016/j.jbusres.2014.06.015

Gu, L. (2017). Using school websites for home–school communication and parental involvement?. *Nordic Journal of Studies in Educational Policy*, 2017(3), 133-143. doi: 10.1080/20020317.2017.1338498

Hariduse Infotehnoloogia Sihtasutuse kodulehekül. (2021). Kasutatud 19.04.2021, <https://www.hitsa.ee/>

Haridus- ja Noorteameti kodulehekül. (2021). Kasutatud 19.04.2021, <https://projektid.edu.ee>

Haridus- ja teadusministeeriumi lehekül Haridussilm. (2013). Kasutatud 09.01.2021, <https://www.haridussilm.ee>

Hartshorne, R., Friedman, A., Algozzine, R. Ja Kaur, D. (2008). Analysis of Elementary School Web Sites. *Educational Technology & Society*, 2008(11), 291-303.

Hepp, A. (2018). *Meediakultuur. Meediastunud maailmade kultuur*. Tallinn: TLÜ Kirjastus.

Hesketh, A. ja Selwyn, N. (1999). Surfing to school: the electronic reconstruction of institutional identities. *Oxford Review of Education*, 1999(25), 501-520. doi: 10.1080/030549899103955

Honiges, A. (2013). School image in the context of new communication technology. *Knowledge horizons*, 2013(5), 162-166.

Hu, C. ja Soong, A. (2007). Beyond Electronic Brochures: An analysis of Singapore primary school web sites. *Educational Media International*, 2007(44), 33-42. doi: 10.1080/09523980600922761

Iftach, G. ja Lichchinsky, O. (2019). Principals' perceptions of school identity: logo, vision and practice. *International Journal of Educational Management*, 2019(33), 1170-1184. doi: 10.1108/IJEM-11-2018-0365

Kalmus, V. (2015). Standardiseeritud kontentanalüüs. Kasutatud 27.12.20, <http://samm.ut.ee/kontentanalyy>

Kim, I. ja Kuljis, J. (2010). *Applying Content Analysis to Web-based Content*. London: Brunel University. doi: 10.2498/cit.1001924

Klein, D., Myhill, W., Hansen, L., Asby, G., Michaelson, S. ja Blanck, P (2003). Electronic doors to education: study of high school website accessibility in Iowa. *Behavioral Sciences & the Law*, 2003(21), 27-49. doi: 10.1002/bsl.521

Krauss, K. (2005). Visual aesthetics and its effect on communication intent: a theoretical study and website evaluation. *Alternation*, 2005(12), 305-329.

Kurtcu, F. (2012). An analyze of high school web interface designs in terms of graphic design. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2012(46), 5661-5665. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.06.492

Lawrence, D. ja Tavakol, S. (2007). *Balanced Website Design: Optimising Aesthetics, Usability and Purpose*. London: Springer.

Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C. ja Brown, J. (2006). Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression!. *Behaviour & Information Technology*, 2006(25), 115-126. doi: 10.1080/01449290500330448

McKenzie, J. (1997). Why in the World Wide Web?. *The Educational Technology Journal*, 1997(6).

McMillan, J. (2000). The microscope and the moving target: The challenge of applying content analysis to the World Wide Web. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2000(77), 80-98. doi: 10.1177/107769900007700107

Meyer, .E., Hollerer, .A., Jancsary, D. ja Van Leeuwen, T. (2013). The visual dimension in organizing, organization, and organization research: core ideas, current developments, and promising avenues. *The Academy of Management Annals*, 2013(7), 489-555. doi: 10.1080/19416520.2013.781867

Moore, H. (2009). *School public relations for student success*. Newbury Park: Corwin Press.

Märka Last kodulehekülg (2019). *Mida järgida lasteasutustes pildistamisel*. Kasutatud 20.05.2021: <https://ajakiri.lastekaitseliit.ee/2019/05/13/mida-jargida-lasteasutustes-pildistamisel/>

Oplatka, I. ja Hemsley-Brown, J. (2004). The Research on School Marketing: Current Issues and Future Directions. *Journal of Educational Administration*, 2004(42), 375-400. doi: 10.1108/09578230410534685

Park, W., Eisingerich, B. ja Pol, G. (2013). The power of a good logo. *MIT Sloan Management Review*, 2014(55), 10-12.

Piper, T. (2012). Using school websites to support parent engagement. *Leadership*, 2012(42), 36-38.

Preez, D., H. (2001) *Issues to consider during the development and promotion of a primary school web site*. Lõputöö. Lõuna-Aafrika Vabariik: University of Pretoria.

Preez, D. ja Janette, H. (2007). *Issues to consider during the development and promotion of a primary school web site*. Dissertation. University of Pretoria, Information Science.

Põhikooli- ja gümnaasiumiseadus (09.06.2010). Riigi Teataja I. Kasutatud 27.10.2020, <https://www.riigiteataja.ee/akt/13332410>

Reinecke, K., Yeh, T., Miratrix, L., Mardiko, R., Zhao, R., Liu, J. ja Gajos, K. (2013). *Predicting Users' First Impressions of Website Aesthetics With a Quantification of Perceived Visual Complexity and Colorfulness*. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 2049-2058. doi: 10.1145/2470654.2481281

Reychav, I. ja Wu, D. (2015). The role of user-centered design and usability on knowledge sharing: a school website field study. *International Journal of Knowledge and Learning*, 2015(10), 16-28. doi: 10.1504/IJKL.2015.071051

Riccardi, M., Easton, D. ja Small, R. (2004). Web site evaluation: how would your school's website measure up. *Teacher Librarian*, 2004(3), 19-22.

Rawolle, S. (2010) Understanding the mediatisation of educational policy as practice. *Critical Studies in Education*, 2010(51), 21-39. doi: 10.1080/17508480903450208

Sary, A., Pulk, B. ja Jõesaar K. (2017) *Koolide veebilehtede ja kasutajakogemuse ärianalüüs*. Kasutatud 27.10.2020, <https://projektid.edu.ee/pages/viewpage.action?pageId=48267544>

Shaw, T. (2002). The school web site: A servant to many masters. *Multimedia School*, 2002(9), 48- 49.

Silvera, C. (2017). *Understanding the symbols and history of school culture in an alternative school: community, character, commitment, and chasm*. Dissertation. Carson-Newman University, The Faculty of the Education Department.

Smith, R. D. (2013). Strategic planning for public relations 4th edition. New York: Routledge.

Taddeo, C. ja Barnes, A. (2016). The school website: Facilitating communication engagement and learning. *British Journal of Educational Technology*, 2016(47), 421-436. doi: 10.1111/bjet.12229

Tartu Ülikooli eetikakeskuse Eetikaveebi kodulehekülj (i.a). Kasutatud 15.05.2021, <http://www.eetika.ee/193952>

Third, A., Bellerose, D., Oliveira, J. D. D., Lala, G. ja Theakstone, G. (2017). *Young and online: Children's perspectives on life in the digital age. (The State of the World's Children 2017 Companion Report)*. Sydney: Western Sydney University. Doi: 10.4225/35/5a1b885f6d4db

Tikerperi, M. (2016). *Suhtekorraldus ja kommunikatsioonijuhtimine koolis riigigümnaasiumite näitel*. Magistritöö. Tartu Ülikool, hariduskorralduse õppekava.

Tikerperi, M. (2018). Public Schools' Websites in Estonia: Required Communication Channel but no Shared Knowledge. *Studies of Transition States and Societies*, 2018(10), 66-81.

Tikerperi, M. (2020). Millest koosneb kooli maine?. *Eesti Haridusteaduste Ajakiri*, 2020(8), 219–244. doi: 10.12697/eha.2020.8.2.09

Timak, R. (1971). Sisuanalüüsi meetodist ja selle rakendamisest. *Fakt, sõna, pilt* VI, 86–115. Tartu: TRÜ.

Tubin, D. ja Klein, S. (2007). Designing a School Website Contents Structure and Responsiveness. *Planning and Changing*, 2007(38), 191-207.

Turgut, P. Ö. (2014). Calligraphic Forms in Contemporary Typographic Design. *Procedia – Social and behavioral Sciences*, 2014(122), 40-45. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1300>

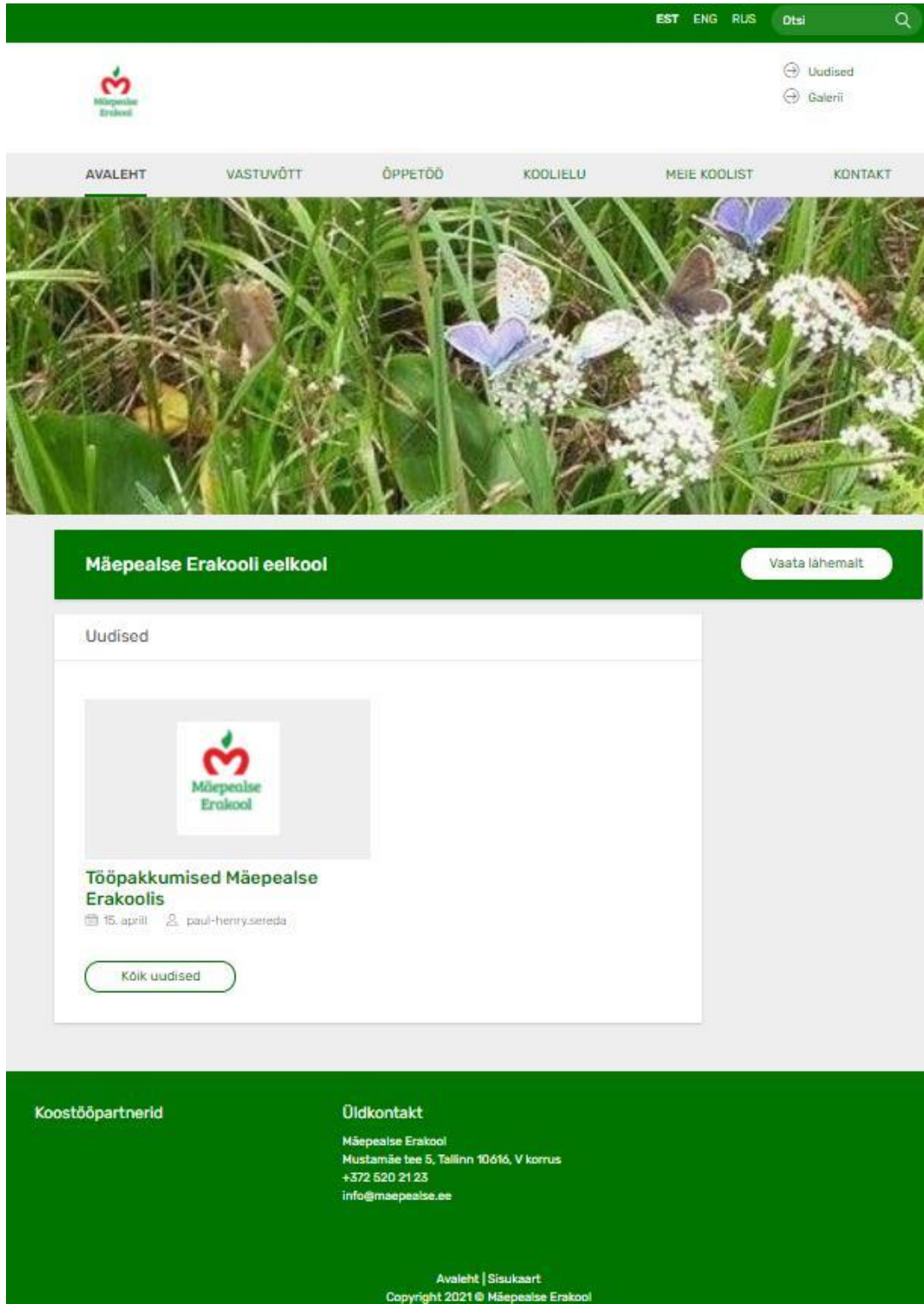
Visvizi, A., Lytras, M. ja Daniela, L. (2018). The Future of Innovation and Technology in Education: Policies and Practices for Teaching and Learning Excellence. A. Baiba (toim), *Chapter 9 School Website as a Media: Practice and Potential of the School Website Content* (lk 139-153). Latvia: University of Latvia.

Weare, C. ja Lin, W. Y. (2000). Content analysis of the World Wide Web: Opportunities and challenges. *Social Science Computer Review*, 2000(18), 272-292. doi: 10.1177/089443930001800304

Wilkins, A. (2012). School choice and the commodification of education: A visual approach to school brochures and websites. *Critical Social Policy*, 2012(32), 69-86. doi: 10.1177/0261018311425199



## 7. LISAD


### LISA 1. Näited HITSA platvormist



The screenshot displays the website for Mäepealse Erakool. At the top, there is a green navigation bar with language options (EST, ENG, RUS) and a search icon. Below this is the school's logo and navigation links for 'Uudised' and 'Galerii'. A main menu bar contains links for 'AVALEHT', 'VASTUVÕTT', 'ÕPPETÖÖ', 'KOOIELU', 'MEIE KOOLIST', and 'KONTAKT'. The main content area features a large image of butterflies in a garden. Below the image is a green header for 'Mäepealse Erakooli eekool' with a 'Vaata lähemalt' button. A 'Uudised' section contains a news article titled 'Tööpakkumised Mäepealse Erakoolis' dated 15. aprill, authored by paul-henry.sereda, with a 'Kõik uudised' button. The footer includes 'Koostööpartnerid', 'Oidkontakt' information (Mäepealse Erakool, Mustamäe tee 5, Tallinn 10616, V korrus, +372 520 21 23, info@maepealse.ee), and 'Avaleht | Sisukaart' with 'Copyright 2021 © Mäepealse Erakool'.

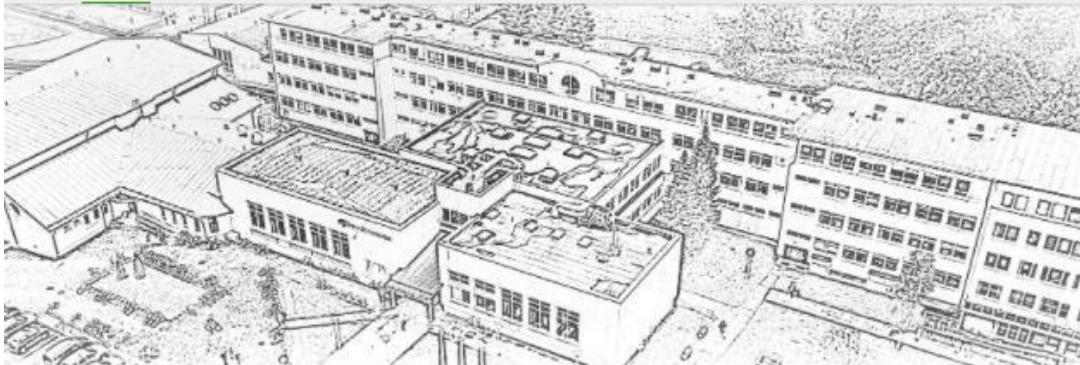
HITSA platvormi näide, kus kooli kodulehelt leiab palju tühja ruumi, päises olev pilt ei ole kohandunud kuvasuhtega ning on lisatud vähe infokaste. Allikas: Mäepealse Erakooli kodulehekülg.

STUDIUM TUNNIPLAAN  EST ENG RUS Otsi 


 Saue Gümnaasium  
Mente et Corde - Mõistuse ja südamega

Uudised  
Kalender  
Tunniplaan


AVALEHT MEIE KOOLIST VASTUVÕTT ÕPPETÖÖ KOOLIELU TUGIKESKUS DOKUMENDID KONTAKTID




Uudised




**Distantsõppe kord**  
20. aprill · Kaido




**Tööpakkumine koolisühholoogile**  
13. aprill · Kaido




**Inspiratsioonipäev 2021**  
09. aprill · Grete



**Kunstikonkurs "Meditsiin tänapäeval"**  
15. märts · Heidi



**Vastuvõtt Saue Gümnaasiumi 10. klassi 2021. aastal**  
08. märts · Karmi



**Saue Gümnaasium tänab**  
19. veebruar · Grete

[Kõik uudised](#)


**Tunnid** **Vaheajad**

Tunnid


- 8.15 - 9.00
- 9.10 - 9.55
- 10.15 - 11.00
- 11.20 - 12.05
- 12.25 - 13.10
- 13.30 - 14.15
- 14.25 - 15.10
- 15.20 - 16.05

[Õppetöö kalender](#)


Koostööpartnerid



Tunnustused



**Koostööpartnerid**



**Üldkontakt**  
Saue Gümnaasium  
Nurmesalu 9  
+372 5886 5045  
kool@saue.edu.ee

**Olulisemad kontaktid**

Kantsleil	+372 5886 5045
Õppejuht 1.-4. kl	+372 5887 4038
Õppejuht 5.-12. kl	+372 5887 4363
Direktor	+372 5883 5676

HITSA platvormi näide, kus on lisatud erinevaid plokkide ja infokaste ning veebilehel ei leidu tühja kasutamata ruumi. Allikas: Saue Gümnaasiumi koduleheküljel.

## LISA 2. Kodeerimisjuhend

Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend: Visuaalne kommunikatsioon Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehtedel.

Valimi alus: Valimisse kuuluvad kõik Harju maakonna üldhariduskoolid, millel on olemas ametlik ligipääsetav koduleht inglise või eesti keelse sisuga.

### A ÜLDINFO KOOLI KOHTA:

#### A1 Kooli suurus

- 1 Väikekool <100
- 2 Keskmise suurusega kool 100-299
- 3 Suurkool 300+

#### A2 Kooli liik

- 1 Algkool
- 2 Põhikool
- 3 Põhikool + gümnaasium
- 4 Gümnaasium

#### A3 Tegevuspiirkond

- 1 Tallinna Haridusamet
- 2 Muu Haridusamet

### B KOOLI SÜMBOLID:

#### B1 Info leidmise abivahendid

- 1 Otsinguriba
- 2 Kategooria õpilasele
- 3 Kategooria lapsevanemale
- 4 Kategooria õpetajale (töötajale)
- 5 Puudulik

#### B2 Keele valik

- 1 Olemas
- 2 Puudub

#### B3 Suunamine teistele veebilehtedele

- 1 Sotsiaalmeedia (*Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn*)
- 2 E-kool, studium, E-päevik, muu kooli õpikeskkond
- 3 Muud välislingid
4. Puudub

## *C KOOLI IDENTITEET:*

### C1 Sümbolid avalehel ( ei arvesta uudiste sektsiooni ning logo)

- 0 Puuduvad
- 1 Pilt koolimajast
- 2 Pilt lastest või õpetajatest
- 3 Looduslikud elemendid (puud, loodus, lilled, loomad). Koolimaja pildi taust/ ümbrus ei lähe arvesse
- 4 Objekt, mis on konkreetselt kooliga seotud (Kuju, skulptuur, büst, koolilogo riietel/esemetel)
- 5 Koolimajaga seonduv (klassiruum, raamatud jne).

### C2 Logo

- 0 Logo puudub
- 1a Veebileht on ehitatud koolilogo ümber (üldised veebilehe värvid ja teemad kattuvad logo värvidega)
- 1b Logo on eraldi seisev element veebilehest

### C3 Moto

- 1a Moto on tähtsal kohal - torkab kohe silma (selge ja arusaadav, et tegu on kooli motoga, ei kao ülejäänud kujunduse või teksti sisse ära)
- 1b Moto jääb ülejäänud kujunduse varju, ei erista selgelt motot tavatekstist, ei leia koheselt üles.
- 2 Puudub avalehelt

### C4. Kooli tutvustus/lühikirjeldus/ajalugu

- 1 Rõhutakse kooli missioonile, ülesandele ja eesmärgile
- 2 Rõhutakse ajaloole (kooli vanus, pikalt töös olnud asutus jne)
- 3 Rõhutakse vilistlastele ja saavutustele
- 4 Rõhutakse ühtsele kogukonnale
- 5 Puudub avalehelt

### C5. Kontakt

- 1 Tagasiside võimalus/ kirja saatmine veebilehe kaudu
- 2 Üldine e-mail
- 3 Telefoninumber
- 4 Kooli aadress
- 5 Eraldi lahtrina menüüs
- 6 Puudub täielikult

## *D VEEBILEHE DISAIN*

### D1 Kujunduslik terviklikkus

1a Terve veebileht on omavahel terviklik (menüü tasandid on eristatavad, ühine värviteema läbi lehe)

1b Terviklikkus puudub (palju erinevaid värve - puudub ühtne teema, ei erista lehe erinevaid osasid)

#### D2 Kirjatüüp

1a Süsteemne fontide kasutamine (Font moodustab terviku, suurus ja värvid sobivad omavahel)

1b Süsteemsus puudub (keeruliselt tuvastatav tervik, palju eri värve ja suurusi, mis ei seondu omavahel, raske lugeda)

#### D3 Uudised avalehel

1a Tekst

1b Tekst + pilt

1c Tekst + kujundatud plakat

1d Tekst + kujundatud plakat + pilt

2 Uudised puuduvad

#### D4 Piltide kasutamine

0 Pildid puuduvad

1a Sobivas formaadis

2b Vähemalt üks avalehelt leitav pilt on udune/ähmane - ebakvaliteetne, mittesobivas suurus

2 Video

3 Liikuvad pildid

4 Leidub kujutusi, kus peaks olema pilt aga selle asemel on väike ikoon/veateade, mis sümboliseerib viga (aegunud/ vigase visuaalse materjali kasutamine)

#### D5 Kalender/ tulevased sündmused või üritused/ Kuu tegemised/ Aasta plaan

1 Jah, eraldi koht on avalehel olemas

2 Eraldi lahter menüüs (peab avalehelt liikuma edasi)

3 Puudub

#### D6. Avalehe suurus ja ringi liikumise mugavus (Kasutades kuvasuhet 1920 x 1080, lähenedes veebilehele Chrome brauseriga ning valides suumi vaikumisi tasemeks 100%)

1a Kogu info mahub ühe veebiakna suurusele (peab kerima minimaalselt)

1b Üks ja pool veebiakent

1c Kahe veebiakna suurune

1d Kaks ja pool

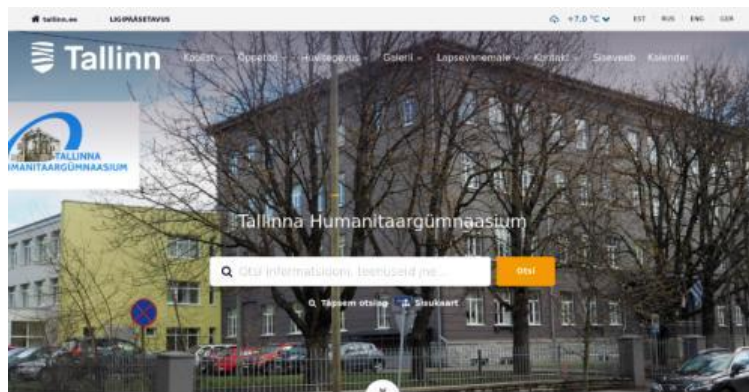
1e Kolm või rohkem

2 Vajalik on horisontaalne liikumine, et kogu avalehe informatsioon kätte saada

## LISA 3. Näited tallinn.ee platvormist

The screenshot shows the homepage of the Tallinn Õismäe Gümnaasiumi website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Koduleht', 'Kontakt', 'Õpetajad', 'Tähtsusaad', 'Koolitus', and 'Vesturid'. The main banner features a night view of the school building with the text 'Tere tulemast Tallinna Õismäe Gümnaasiumi kodulehele!' and 'AMAT VICTORIA CURAM - VOIT ARMASTAB HOOLT'. Below the banner is a search bar with the placeholder text 'Otsi informatsiooni, teavet või...'. The 'Uudised' section contains several news items: 'Nutiviktoriini "Nutt tuleb peale" võitjad on selgunud', 'Õppetöö korraldus alates 17. maist 2021', 'Nutikuu kokkuvõte', 'Toidupakk', and 'e-ettevõtte'. The 'Leia kiiresti' section lists 'Registreerimine veebilehel', 'Vesturid', 'Sõakita meenutid', and 'Tutustused'. The 'Üritused' section features four event cards: 'Gümnaasiumi lõpuaktus' (22.06.2021), 'Pühapäev lõpuaktused' (21.06.2021), 'Õppeaasta lõpetamine' (11.06.2021), and 'Õpeti Väbariigi aastapäeva tähistamine' (19.02.2021). The footer includes social media links, a list of 'Koolilugulindid', 'Opilasele', and 'Töötajale', a contact number '14410', and an RSS feed icon.

Allikas: Tallinna Õismäe Gümnaasiumi kodulehekülg.



## Uudised



[Vaata kõiki uudiseid](#)

## Leia kiiresti

- THG tunniplaan
- Kooli e-post
- Konsultatsioonid
- Ettevalmistusrühmadess registreerimine

Ekool  
Koidu Kool  
Innove  
Haridus- ja teadusministeerium  
Tallinna Haridusamet  
Hisa  
Keelikeskuskeskus  
Kooli sündmuste kalender  
Hisa Moodle  
Instagram  
THG Kontakt

Tallinna Humanitaargümnaasium  
Mingi leht meeldibale 1.2.2020

**ТОТАЛЬНЫЙ ДИКТАНТ**  
"Ша вправо. Диктовка для разных классов."

Tallinna Humanitaargümnaasium  
aadress: J. Koidu tänav 1  
Ühendatud koolide ja vanemate kodulehekülge

Tallinna aadress: 14410  
400. Ringiõpetus © 2002-2021 Tallinn  
RSS

Allikas: Tallinna Humanitaargümnaasiumi kodulehekülge.

# **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Sander Kamenik,

*(autori nimi)*

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

Visuaalne kommunikatsioon Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehtedel,

*(lõputöö pealkiri)*

mille juhendaja on Mari-Liis Tikerperi,

*(juhendaja nimi)*

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Sander Kamenik*

**24.05.2021**