

# СОЗДАНИЕ ШКОЛЬНОГО САЙТА как управленческая проблема

Юрий Ээльмаа, методист, кандидат педагогических наук, Санкт-Петербург  
Зинаида Смирнова, методист, Санкт-Петербург

**Школьный сайт — это и один из компонентов имиджа современной школы, и PR-площадка, и средство взаимодействия.**

**Представляем фрагмент книги «Создание школьного сайта: от концепции до воплощения и развития» (авторы — Ээльмаа Ю.В., Смирнова З.Ю.), выпущенной в 2007 году издательской фирмой «Сентябрь». Для авторов сайт — в первую очередь проблема школьного управления.**

**З**ачем школе нужен сайт?

Представьте себе, что к вам — школьному администратору — приходит родитель, желающий отдать в школу своего ребёнка. Не важно, поступает ли ребёнок в 1-й, в 10-й или в любой другой класс. Естественно, родителя интересует очень многое: кто, чему и как учит, каков режим работы школы, есть ли в ней возможность получения дополнительного образования, как обеспечивается безопасность учащихся и ещё тысяча важных для него вещей. Если родитель в этот день у вас не первый, вы по n-ному разу повторяете ему всё то, что только что проговорили 7-му, 8-му, 9-му родителям. Естественно, вы интересуетесь, почему родитель предпочёл прийти именно в вашу школу, что конкретно его привело именно к вам. И вот вы слышите: «О школе я узнал, посетив ваш сайт». Скажите, какой информацией о человеке, стоящем перед вами, вы уже владеете?

Очень немало. Во-первых, скорее всего (не точно!), перед вами человек среднего класса. Он умеет пользоваться компьютером и Интер-

нетом, т.е. человек определённого интеллектуального уровня. Возможно, у него есть компьютер дома или на работе, следовательно, этот человек связан с офисной деятельностью, скорее всего, занят интеллектуальным трудом. Во-вторых, он озабочен поиском подходящей для ребёнка школы, следовательно, вполне серьёзно относится к вопросам его образования. На такого родителя можно опираться, поскольку образование для этой семьи — ценность.

Вы хотите иметь рядом с собой таких родителей, а не тех, кто приводит ребёнка в школу, словно сдаёт в камеру хранения — чтобы по улицам не болтался? Скорее всего, этот человек видел не один школьный сайт и осознанно сделал свой выбор. Найдя ваш сайт, этот родитель пришёл к вам, решив, что именно ваша школа подойдёт для его ребёнка. Это потенциально «ваш» родитель. В образовании сейчас достаточно часто можно услышать выражение «борьба школы за ученика». Но борьба за любого ученика — это миф. Корректнее будет, наверное, говорить, что школа борется за СВОЕГО ученика. И в том случае, когда вы видите перед собой

подготовленного родителя, вероятность, что он приведёт к вам «вашего» ученика, возрастает.

Многие ли родители уже сегодня получают первичное впечатление о школе через её официальный сайт? Наверное, пока нет, но количество таких родителей будет расти.

Итак, Вы — школьный администратор — оказались в ситуации, когда школе нужно

создавать собственный сайт. Или, возможно, он у вас уже существует, но нуждается в серьёзной реструктуризации. С чего начать?

**В жизни, как в компьютерной игре: чем лучше сохранился, — тем лучше живёшь.**  
В. Борисов

### Как найти крайнего?

Создание школьного сайта — проблема не столько технологическая, сколько управленческая, организационная. Школьный сайт, как и любой другой, — не книга, однажды написанная и существующая во времени без изменений. Сайт живёт, пока он развивается, видоизменяется; если после трёх лет существования он структурно и контентно<sup>1</sup> идентичен первоначальному варианту — значит, сайт по сути своей мёртвый. Его мало создать, много сложнее — организовать его работу, регулярное обновление, сделать так, чтобы сайт жил. И здесь возникает проблема человеческих ресурсов.

Вопрос, кто в школе будет отвечать за создание и развитие школьного сайта, — далеко не праздный. Имея определённый опыт в создании сайтов ОУ и наблюдений над рядом успешных и не очень реализаций школьных сайтов, могу сказать, что фигура эта в школе определена достаточно чётко. Это *заместитель директора по учебно-воспитательной работе*. Поясню.

<sup>1</sup> Контентом (от англ. *content* — содержание) в веб-строительстве принято считать собственно наполнение сайта. Это материалы, размещённые на сайте: тексты, изображения, музыкальные файлы и др.

Этим явно не будет заниматься директор школы. Речь идёт не только о достаточно большой нагрузке, которую не всегда можно возложить на первое лицо организации. Причина в том, что завуч в большей степени владеет информацией об образовательной ситуации в учреждении, чем директор, и объективно отражать жизнедеятельность школы на сайте он сможет много успешнее.

**Не перекладывайте создание школьного сайта на «информатиков»**  
Часто возникает вопрос: почему этим не может заниматься учитель информатики или заместитель директора по школьной информационной сети?

Учителю информатики нельзя вменять в функциональные обязанности разработку и поддержку школьного сайта: он в этой области недостаточно профессионален. Курс информатики средней школы не предполагает достаточных знаний в веб-строительстве, которые бы позволили учителю информатики подойти к технологии создания сайта профессионально. С содержательной стороны, он не администратор и не сможет организовать работу по информационному обеспечению школьного сайта. Поэтому хочется обратиться к читающим этот материал директорам: ни в коем случае не перекладывайте это дело на «информатиков» — ещё не было случаев, когда такое решение проблемы привело к успеху.

**Заместитель директора по информационным технологиям. Хорошо бы, но...**

Другое дело — заместитель директора по информационным технологиям (ИТ). Если под основной его функциональной обязанностью понимать «построение информационного пространства образовательного учреждения», составной частью которого является школьный сайт, то кажется, что работа над сайтом — его прямая обязанность. Но не всё так

просто. Несмотря на то, что информатизация на самом высшем уровне объявлена приоритетным образовательным проектом и в школы направлены большие финансовые потоки, — до сих пор нерешённой остаётся проблема с людьми. В штатном расписании школы формально нет человека, который бы отвечал за информатизацию не факультативно, по остаточному принципу, а имел эти обязанности в качестве основного направления деятельности. Очевидно, что заместитель директора по ИТ — важная фигура в современной школе. Однако законодательство тут вновь запаздывает: в школу продолжают привозить компьютерные классы и тянуть Интернет, а заниматься этим некому. Чем это оборачивается на практике, — широко известно. Но даже если у вас в школе есть специальный человек, который отвечает за эти процессы, — далеко не факт, что его технологическая и организационная компетенции одинаковы. И даже если он будет в состоянии осуществить технологическую реализацию школьного сайта, то наладить его обновление и развитие сможет не всегда.

С учётом того, что главное в работе школьного сайта — это материалы, которые на нём размещены, команда, которая работает над проектом, адекватность и частотность размещаемой информации, — мы всё-таки возвращаемся к фигуре зама по УВР. Он может ничего не понимать в технологии — серверах, доменах-хостингах, статических или динамических сайтах — для этого есть другие. Главное, чтобы он смог организовать деятельность команды по работе над школьным сайтом.

### Начало проектирования

Итак, вы приняли решение начать работу над школьным сайтом. На этом этапе, пожалуй, будет достаточно группы из нескольких участников. Пусть туда войдут директор, заместитель по УВР (ВР), учитель информатики. Вам предстоит «посмотреть вокруг».

В течение непродолжительного времени каждый участник самостоятельно осуществляет обзор существующих сегодня в Сети школьных сайтов. Самое простое для это-

### Мастер-КЛАСС В гостях у профи

го — набрать в поисковой системе «Яндекс» (<http://yandex.ru>) запрос: «Школьный сайт». Просмотрите 10–20 разных школьных сайтов для того, чтобы составить впечатление на уровне «нравится — не нравится». Так как некоторая традиция при создании сайтов ОУ уже сформировалась, вы вскоре поймёте, что вам хотелось бы видеть в своей школе.

Итогом проведённой ознакомительной работы должны стать ответы на два вопро-

**Конец информации — это конец света.**

*В. Коняхин*

са: «Зачем нашей школе нужен сайт?» и «Что может наша школа получить благодаря наличию хорошего сайта?» Обратите внимание на выделение слова «наша». Вы создаёте не школьный сайт вообще, а именно *уникальный сайт* вашей школы. Соответственно, он призван отражать не только типовые направления деятельности, присущие каждому ОУ, но и то уникальное, что отличает вашу конкретную школу от других.

Получив ответ на этот вопрос, участникам группы необходимо вновь собраться и обменяться мнениями, выявить «пересекающие области» и прийти к начальному представлению о сайте вашей школы.

### Информационные адресаты

После формулирования первичного представления о школьном сайте мы рекомендуем обратиться к информационным адресатам создаваемой системы, понять, кто будет являться пользователем нашего сайта. Это необходимо сделать обязательно, ибо успешным можно признать лишь ресурс, удовлетворяющий информационные нужды всех, для кого он создан. Попробуем поразмышлять над этим, при необходимости дифференцируя пользовательские группы на подгруппы.

### 1. Родители

Очевидно, что это наиболее непростой адресат, т.к., во-первых, он не является профессионалом в сфере образования; во-вторых, он слишком неоднороден, чтобы однозначно определять его информационные запросы. Пожалуй, всё, что мы можем сделать, — это «разбить» этого адресата на две подгруппы:

- а) родители учеников, переходящих со ступени на ступень;
- б) родители обучающихся.

### 2. Ученики

Эту группу также необходимо разделить:

- а) учащиеся школы;
- б) учащиеся, готовящиеся к поступлению (имеются в виду, конечно, прежде всего старшеклассники);
- с) выпускники школы.

### 3. Руководство

С этой группой сложнее. Номинально можно было бы разделить информационных адресатов этой группы на а) администрацию своего ОУ; б) вышестоящие инстанции; в) администраторов других школ. Но на самом деле первые две подгруппы оказываются формальными. Вряд ли директор и его заместители выберут пространство школьного сайта (пусть даже закрытый от посторонних глаз раздел) для рабочей коммуникации: для этого существует много других, более привычных способов. Также, если спуститься с небес на землю, трудно представить себе сегодня работников районных отделов и городских комитетов образования, которые бы ориентировались на информацию, представленную на сайте школы, для оценки качества работы последней: они предпочитают другие информационные каналы. Таким образом, из группы администраторов остаётся лишь третья группа — администраторы других ОУ, ваши коллеги, которым информация на вашем сайте может быть интересна.

### 4. Педагоги

Эту группу также дифференцируем:

- а) педколлектив своего ОУ;
- б) учителя других школ — профессиональное сообщество;

С одной стороны, явно педагоги своей школы должны в определённой степени быть представлены на школьном сайте, с другой, — они являются потребителями информации школьного сайта. Если же рассматривать сайт как аккумулирующую точку научно-методического опыта школы, то материалы такого рода уже представляют интерес для предметников других школ — и в этом плане ваш сайт служит в качестве показателя педагогического опыта.

- с) Учителя в поисках вакансий.

Школьный сайт может также быть интересен для педагогов, находящихся в поисках работы. Школа заинтересована в «своём» ученике, но не меньше и в «своём» учителе, который безболезненно вольётся в коллектив, будет соответствовать уровню преподавания школы, исповедовать соответствующие профессиональные и человеческие ценности. Очевидно, что и для самого учителя, и для школы сайт как форма «первого знакомства» сможет подготовить почву для плодотворного сотрудничества. Приведём пример: если на сайте вашей школы заявлено, что внеурочная работа является одним из наиболее значимых направлений деятельности, то вряд ли будет иметь смысл идти к вам человеку, который убеждён, что в школе учат на уроках, а воспитывает и организует досуг — семья.

### 5. Партнёры

Это последняя группа информационных адресатов школьного сайта, выделяемая нами. Под «партнёрами» в данном контексте подразумеваются:

- а) культурно-образовательные (другие средние ОУ, вузы, культурные организации: музеи, библиотеки, фонды);

в) коммерческие (спонсоры или структуры, ориентированные на получение финансовой прибыли от сотрудничества со школой, например, — арендаторы).

Этот список ни в коем случае не догма. Вполне возможно, что ваш перечень информационных адресатов школьного сайта будет отличаться от представленного выше. Какие-то блоки этой схемы будут для вас важны, что-то покажется факультативным, что-то будет опущено. Это нормальный процесс выработки своей, уникальной для вашего ОУ, структуры сайта.

#### **Деловая игра – этап работы над созданием школьного сайта**

Целесообразно предложить членам команды разработчиков нечто вроде деловой игры. На этом этапе вы можете дополнить состав команды за счёт консультантов до числа групп-адресатов (в нашем случае — 5: родители, ученики, руководство, учителя, партнёры).

Каждая малая группа — это тот или иной адресат сайта. Участники, войдя в роль, должны предположить, что им будет интересно узнать о школе и какая именно информация (из всего, что интересно) адекватна сайту. В зависимости от смоделированных информационных запросов можно попытаться создать рубрики сайта по каждой из групп потребителей информации. Через некоторое время группы консультантов формулируют и отдают команде разработчиков свои версии информационных запросов по каждой из групп. Та структура, которая получается в итоге этой работы, — наиболее полный перечень пунктов меню сайта именно вашей, а не абстрактной школы. Из него уже можно формулировать необходимый перечень.

Есть несправедливый вопрос: кого включать в эти группы? Это могут быть и ученики-старшеклассники, и родители, и педагоги. А организовать такую деятельность можно в ходе специального проблемного семинара, посвящённого непосредственно моделированию сайта школы.

#### **Два варианта структуры школьного сайта**

В заключение приведём два варианта структуры школьного сайта, от которых вам будет удобно отталкиваться в формулировании своей собственной.

Мастер-КЛАСС  
В гостях у профи

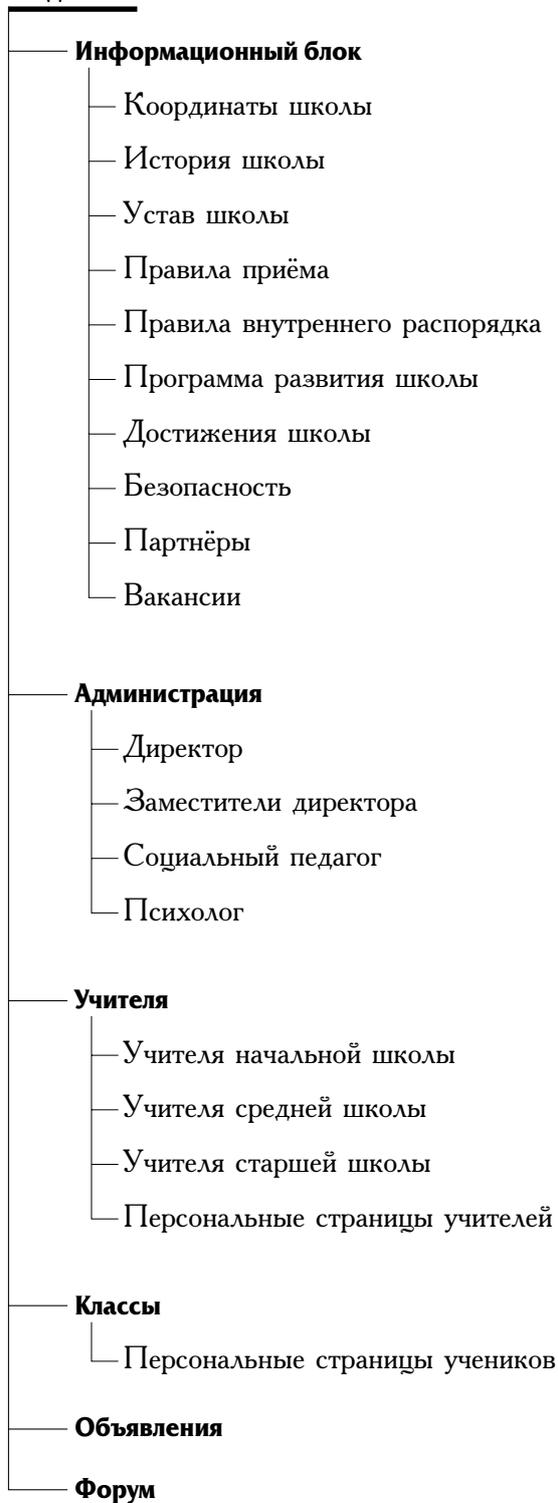
#### **Два типа организации школьного сайта**

Проделанная работа позволила нам сформулировать информационную структуру сайта. Что же у нас получилось? Работая в таком ключе, мы вынуждены будем делать сайт со следующей структурой.

*Родители* (пункт 1, пункт 2, пункт 3), *ученики* (пункт 1, пункт 2, пункт 3), *педагоги* (пункт 1, пункт 2, пункт 3) и т.д. — в зависимости от количества выделенных информационных адресатов. Конечно, такая модель позволяет наиболее адресно обращаться к конкретной группе пользователей, но работа над таким сайтом будет чрезмерно трудозатратна: по сути перед нами возникнет необходимость создания 3–4–5 (в зависимости от количества адресатов) разных сайтов с похожей информацией (не идентичной, потому что язык обращения к различным аудиториям будет сильно различаться). Сегодня известен лишь один школьный сайт, созданный в соответствии с этой структурной типологией, — сайт Московского Центра образования № 109 (директор Е.А. Ямбург). На этом сайте выделены, правда, всего лишь 3 адресата — «Учителям», «Родителям», «Учащимся», — но структура сайта именно такова.

В подавляющем большинстве случаев структура школьного сайта формируется не с ориентацией на пользователя, а по видам деятельности: есть общая информация, разделы, посвящённые учебному процессу, внеклассной работе и т.д.

### **Модель I**



### **Модель II**

