

САЙТ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ШКОЛЫ

Сайт – это мощный инструмент развития школы – как организации, как сообщества, как проекта. Представляя себя миру, вы не только создаёте позитивный образ, но и равняетесь на него, добиваясь всё более полного – и даже опережающего! – соответствия.



Мария Калужская,
заместитель
директора гимназии
№ 210 «Корифей»
по научно-
методической
работе, кандидат
педагогических наук,
г. Екатеринбург

Эта статья посвящена моделированию сайта как интерактивной образовательной среды: ведь именно миссия сайта — ключ к его успешному развёртыванию. Итак...

Ваш сайт — **хранилище информации**? — м-м-м... Тогда он рискует превратиться в пыльный чулан.

Сайт — **глянцевая визитная карточка**, представляющая вас в наилучшем виде? Есть искушение законсервировать его в таком идеальном состоянии. А где же повседневная жизнь с её задачами и прорывами?..

Сайт — **административный центр**, где по полочкам разложена вся официальная информация. На такие сайты ходят полтора человека в день (админ и завуч).

Сайт — **электронный помощник**, тьютор, в нужный момент выдающий требуемую справку? Да, он полезен, но вспомогательная роль не даёт ему развиваться: такой сайт не станет вашим сетевым партнёром.

Сайт — **творческая лаборатория**? Очень хорошо, но тщательно продумайте, кто и по каким правилам будет в ней работать.

Сайт — **коммуникативное пространство**? Не утоните в море чатов и блогов + непременно установите фильтры, чтобы избежать экологической катастрофы!

Сайт — **центр виртуального образования для детей и взрослых**? Сразу прогнозируйте востребованность ваших программ, количество учеников, т.е. рентабельность ресурса. Иначе сетевое образование просто... повиснет в Сети.

Сайт — **экспертно-консультативный центр**? Ваша ключевая задача — собрать авторитетных специалистов и вовлечь их в процесс сетевого «клиентского обслуживания». Да так, чтобы всем было интересно и... приносило доходы.

Сайт — **проектно-исследовательская площадка**? В пылу инновационной активности не забудьте о «простых смертных» посетителях, которые ходят на школьный сайт не только за порциями «рефлексивок» и «анализов».

Ландшафт виртуальной школы

Какую бы миссию ни выполнял ваш сайт, он должен быть **живым**. Можно сказать и так: школьный сайт сам постепенно становится **виртуальной школой** — со всеми её коридорами и закоулками, учебными классами и буфетом, изостудией и актовым залом... Чтобы каждый посетитель — родитель, ученик, учитель, чиновник, просто случайный гость, приоткрыв дверь, увидел активную и заманчивую деятельность и захотел войти, прогуляться, а потом вернуться и совершить подробную экскурсию. Поболтать с озабоченными родителями первоклассников, проконсультироваться с психологом, посетить пару уроков, подключиться к выпуску очередной газеты, побывать на премьере школьного спектакля...

Надо, чтобы после такой экскурсии наш гость смог **унести с собой** не только впечатления, но и вполне осязаемые вещи: рекомендации, сценарии, описания технологий,



образцы проектных заявок, репортажи, маршруты летних путешествий и т.д., и т.п. Чем щедрее мы делимся с окружающими, тем богаче становимся — эта простая истина работает и в виртуальном мире.

Факторы успеха

Уже «вырисовываются» несколько основных факторов жизнеспособности школьного сайта:

- воспроизведение в режиме on-line реальной событийности школьной жизни;
- возможность интересной «виртуальной экскурсии» для каждого посетителя;
- работа с различными целевыми аудиториями, главные из которых — ученики, родители и педагоги школы;
- удовлетворение не только высокодуховных, но и прагматических запросов посетителей;
- интерактивность, связанная с активным развитием сетевых сообществ;
- набор «простых и сермяжных», но необходимых сервисов (постоянная публикация расписаний, домашних заданий, планов занятий, праздничных календарей, программ работы на неделю, объявлений о семинарах и собраниях);
- удобная навигация, приятный интерфейс с корпоративной символикой;
- отражение всех и всяческих успехов представителей школьного сообщества;
- широкое поле для продуктивной деятельности всех желающих.

Сетевые корпорации

Мы создали корпоративный сайт. Что означает **корпоративность** применительно к сетевому ресурсу? — То, что он ориентирует свою деятельность на определённые **сообщества: школьное + профессиональное + родительское + ученическое...** Вовсе не обязательно делать этот охват слишком широким: стараясь обратиться ко всем, вы можете упустить главных адресатов — своих собственных коллег, школьников, родителей. А иногда группа «по интересам» оформляется стихийно: например,

одно из самых активных «сообществ», посещающих сайт «Корифей», — это «масовики-затейники», ответственные за проведение различных праздников, и просто любители насытить вечеринку чем-нибудь оригинальным. Они ходят к нам за нашими авторскими сценариями¹.

Зеркало будущего

Учтите: корпоративный сайт тогда работает на вас, когда вы не только представляете себе, что такое сайт и что такое корпоративность, но и точно определяете ожидаемый результат от продуктивного взаимодействия этих понятий. Здесь нам поможет **видение** — образ «лучшего в мире» сайта, разработка его структуры и описание механизмов воздействия на «потребителя». И (обязательно) ресурсов его саморазвития.

Мы начинаем каждый учебный год с деловой игры **«СУПЕРСАЙТ: что дальше?..»**, объединяющей педагогов, учеников, родителей, управленцев и программистов. Так в сентябре появляется «картинка» ближайшего развития нашего ресурса, анализ его плюсов и минусов. Особую опасность представляют собой **«отмирающие ткани»**, т.е. те рубрики и разделы, которые, возможно, когда-то были востребованы и пополнялись, но сейчас пребывают в состоянии рудиментов. От них следует быстро избавляться!

Логистика — мать порядка

Итак, вы уже представляете себе образ сайта в недалёком будущем; определены целевые аудитории и формы обращения к ним, основные сообщества и темы обсуждений. Займёмся логистикой! Сначала **на бумаге**: подробно распишем все рубрики, разделы, страницы и механизмы их функционирования.

Делаем это командным подрядом, чтобы затем каждый «начальник» своей страницы (или блога) мог свободно в ней размещаться, публиковаться, организовывать общение. Поэтому сперва он должен

1

Рубрика «Сценарии»,
раздел «Праздники» //
<http://www.koriphey.ru/iesta/spektakli/index.php>



письменно изложить следующие пункты: **название, тематику, контент, предполагаемый объём, темп обновления, механизмы представления информации** (текстовый файл, поток публикаций, режим архивирования, система поиска, ссылки и т.д.) и **возможности обратной связи** (опросы, анкетирование, форум, чат, комментарии, возможность послать письмо на mail и т.д.).

Структура сайта обычно реально отражает организационно-управленческую модель школы: если ресурс создан программистами по заказу администрации, то мы входим в чёткую, иерархизированную систему с фиксированным содержанием: вот парадные фотографии с перечнями достижений, вот образовательная программа, вот учебный план. Для педагогов с их методическими находками и поурочными планами — своя епархия; для учеников — своя. Технологически здесь всё в порядке: есть и новости, и гостевая книга, и форум. Но обратите внимание: никто не лезет в чужой огород, всё по полочкам, а публикаторы — анонимы.

Оно и понятно: сайт обслуживается одним или несколькими специалистами (чаще всего — учителями информатики и/или старшеклассниками), у которых вполне определённые технические задачи. Поступила информация — опубликуем; закипела на форуме какая-нибудь нештатная дискуссия с ненормативной лексикой — прикроем...

Как превратить сайт в общешкольное дело?

Требуется совершить несколько радикальных шагов:

Шаг 1. Вовлечь и смотивировать директора и всю административную команду. Как правило, **наиболее успешными являются сайты тех школ, где директора сами в авангарде движения за новые виды коммуникаций.** Всё равно требуется «разогреть» и обучение всех менеджеров: только испытав на себе очевидные преимущества сетевого общения и самопредставле-

ния, они начнут втягиваться и вовлекать педагогов. Если директор — «чайник», то начинать надо с него и его ближайших помощников: главное — смена установки и выращивание новой настоятельной потребности в эффективном школьном сайте.

Шаг 2. Организовать наступление с двух флангов. Во-первых, **запустить обсуждение структуры и миссии сайта в ученических коллективах** (провести деловые игры, дискуссии, конкурсы проектов, начать подготовку персональных страниц и т.п.); во-вторых, **начать мотивационную и обучающую программу для учителей.** В ходе программы совместно сформулировать задачи информационного представления разных сфер и нюансов школьной жизни. В процессе этой работы выделяются активисты, авторы инициатив и «рабочие лошадки», готовые взять на себя функции посредников.

Шаг 3. Объединить два потока и провести ключевую встречу (деловую игру) — для выработки видения и определения структуры сайта. В таком режиме производства модель гарантированно не будет формальной: авторы инициатив станут «шефами-редакторами» своих разделов, наберут команды и сами сформулируют техническое задание для программистов.

Шаг 4. Включить процесс сайтостроения и сайторазвития в образовательную программу школы; поставить перед кафедрами, методическими объединениями, школьными службами, классными параллелями и др. стратегическую задачу:

«Вы должны постоянно быть на сайте!». Если о каком-то подразделении месяц ничего «не слышно», значит, оно не работало. Такой подход не просто декларируется — он становится железным законом школьной жизни, практически условным рефлексом.

Шаг 5. Развернуть глобальную систему учёбы: наборщиков (практикумы по освоению клавиатуры), публикаторов, редакторов, репортёров, web-мастеров и «фотошоперов». Сетевой принцип «умеешь сам — научи другого»: ученики обучают педагогов и наоборот. Каждое подразделение готовит к работе свою «особую тройку»: **репортёра — редактора — публикатора** (возможно и совмещение).

Шаг 6. Создать административную инфраструктуру управления и развития сайтов. Наделить авторов проектов и руководителей инициативных групп (сообществ, которые уже курируют свои рубрики и себя в этой деятельности показали) **административными функциями.** С тяжким грузом ответственности, но также со всеми полагающимися бонусами. Для учеников руководство разделом — это общественное поручение, дополнительные баллы в рейтинг, путь самореализации, «сетевой статус» и т.д. Для педагогов — направление «горизонтальной карьеры», творческое самовыражение + канал публикации для себя и коллег, «сетевой статус» + информационный ресурс (и по возможности дополнительный заработок).

Шаг 7. Изменение системы требований и стандартов деятельности педагогов и учащихся в новых условиях. Инновационная школа вправе выставлять свои квалификационные



требования, внести изменения в должностные инструкции и требования к уровню подготовки выпускников. Администрирование либо сопровождение интернет-ресурса может стать обязательным условием для получения высшей категории, выдвижения на престижный конкурс либо направления на стажировку. С изменением системы требований можно считать машину запущенной: **сайт заживёт полной жизнью!**

Приманки для юзеров

Кто из нас не хочет, чтобы сайт школы активно посещался? Что нужно сделать для этого? Ведь грустно, когда солидные, уважаемые учебные заведения, в которых делаются важные и полезные дела, просто не умеют показать себя в Сети. Задумайтесь: ведь так выглядят со стороны огромное большинство российских школ!..

Многие ещё не **увидели** огромной важности собственного сетевого ресурса, не почувствовали его мощного потенциала. Для них сайт — просто одна из форм отчётности, только электронная («ну, раз теперь это модно...»). Однако много и тех, кто уже загорелся, хочет, проектирует, публикует интересные материалы. Но народ почему-то на сайт не идёт. Что особенно обидно, даже собственные ученики не очень интересуются. Что же делать? Пользователей могут привлечь некоторые стандартные, но действенные «приманки»:

- **рубрики с заветными названиями «рефераты», «ответы», «сценарии»** и т.п.: к вам повалят случайные гости в поисках «скорой помощи» перед зачётами, экзаменами и праздниками, а кому-то, глядишь, понравится..
- **удобные сервисы для членов школьного сообщества**: расписания, объявления, рассылки домашних заданий, праздничных календарей, анонсов интересных событий и т.п. Сначала придётся их активно рекламировать, зато потом родители будут возмущаться, не находя на заветной странице свежего расписания или сообщения о программе летнего лагеря.
- **персональные странички, перечни личных достижений, образцы детского творчества, рубрики типа «Герои недели»** и т.п.: если вы разместите в Сети неформальные резюме и фотографии ваших педагогов, учеников, активных родителей да ещё будете регулярно обновлять эти сведения, то любая семья будет с гордостью показывать гостям «своих» в Интернете. А если ещё такие странички будут делать и администрировать сами ученики — тогда устойчивый контингент посетителей вам обеспечен.
- **интерактивные сервисы**: форумы, чаты, блоги, опросы и т.п. Создайте электронную тусовку для подростков!
- **информационные сервисы**: справочники, полезные ссылки, on-line'овые консультации (педагогов, психологов, юристов, медиков и др.), образцы документов, списки литературы и др.

В общем-то, рецепт прост: станьте нужными, незаменимыми; пусть с вашего адреса «стартует» рабочий день всех

представителей школьного сообщества (кстати, можно ненавязчиво это устроить: посещая партнёрские организации, органы управления образованием, просто добрых соседей, подходите к компьютерам, показывайте свой сайт и нажимайте «сделать стартовой страницей»). Станьте интересными и содержательными — не только в Сети.

Служба новостей

А всё-таки сайт начинается с новостей. Ваша главная страница — а на ней каждый день что-то интересное, яркое, свежее. При этом упакованное в удобный, компактный и знакомый формат.

Новостные программы на телевидении и радио, потоки новостей в Сети всегда привлекают людей, желающих быть «в курсе». Согласно статистике, в последние годы всё больше пользователей предпочитают именно **сетевые новости**: беглый визуальный обзор, всё разнесено по темам — ищешь «свою» новость и кликаешь: давайте-ка поподробней..

Великая мудрость Инета гласит: **люди ходят не на сайты, а на информацию**. И школьный сайт может стать для многих «моментом истины», если новости, представленные на нём, отвечают трём требованиям: **1) оперативности; 2) значимости для широкой аудитории; 3) профессиональной подачи**.

Первое требование выполнить сложно, но можно. Второе выглядит завышенным: почему это сайт вашей школы должен дублировать новостные потоки? — достаточно и внутришкольных известий. Старайтесь так подать ВАШИ РОДНЫЕ новости, чтобы они зазвучали на весь мир. Поместите школьные события в контекст общероссийских или, наоборот, — опубликуйте интересные сведения о финском (китайском и т.д.) образовании, а в последнем абзаце ненавязчиво проведите параллель: у нас тоже внедряется похожая модель; прошёл семинар, на котором обсуждались лучшие образовательные системы..



и т.п. В общем, вливайтесь в струю мировых событий!..

Мы начинали с одной новостной ленты, которая называлась просто «Лента корифеев». Потом оказалось, что нескольким новостным потокам тесно в одном русле. В ходе обсуждения ученики предложили развести новости — согласно их содержанию — по разным «закладкам»: «Новости образования», «В мире бушующем», «Медиа-школа», «Новости Совета гимназистов». Возможно, появятся и новые «ответвления»: сайт-то растёт. Но формат новости, её интерфейс всюду одинаков; с любой новостной ленты можно выйти на общую — и наоборот.

И последнее требование. Новость должна быть создана по всем правилам. **Когда — где — что — с кем — произошло; суть события; мнения vip-участников или отзывы очевидцев (кратко!) + «фишка»: яркий штрих, свежий взгляд, неожиданный ракурс + динамичный финал (зацепите читателя!).** И бодрое, «цепляющее» название. Вот, собственно, и всё.

Будьте проще — и люди к вам потянутся

Нижеследующие советы пригодятся вам не только для подготовки новостных материалов. Чем читабельнее и ярче написан текст, тем больше людей сможет принять идею сообщения. Соответственно, шире будет круг ваших постоянных посетителей. Вы создаёте тексты для визуального восприятия — значит, следует тщательно подбирать каждый факт, цифру и следовать логике. Ведь читатель глазами путешествует от абзаца к абзацу, анализирует, «докапывается».

Простота предложений даёт ясность, изящество и скорость изложения (= восприятия). Известно, что предложения **длиной в восемь слов и менее** читаются очень легко.

Абзацы в новостных лентах и популярных рубриках составляем из трёх-че-

тырёх предложений. Используем форму «перевернутой пирамиды»: самое важное (но кратко) выдаем в начале — в одной-двух первых фразах, а потом отвечаем на заветные вопросы: **что, кто, где, когда, почему и как.** Или вначале «запускаем» интригу (сегодня школу спешно покинули все взрослые и дети), а затем излагаем суть (прошли пожарные учения). Вариантов множество.

Внутри больших текстовых массивов используйте понятные и занимательные подзаголовки: не каждый прочтёт до конца какую-нибудь длинную статью (например, вот эту), но, ориентируясь по «маячкам»-подзаголовкам, сможет выбрать главное для себя.

Опросы on-line

Дополнительную «изюминку» вашему сайту придадут **опросы на актуальные темы.** Термин «on-line» означает, что процедура происходит быстро и ненавязчиво: как правило, формулируется простой и понятный вопрос + ограниченный диапазон ответов (иногда дополняемый открытым вариантом — «другое»). ПРИМЕР: Что, по-Вашему, должна обеспечивать «хорошая школа»? — 1) глубокие и прочные знания; 2) гарантированное поступление в вуз; 3) нравственную основу личности; 4) гражданское воспитание; 5) жизненный успех. Параллельно происходит автоматическая обработка данных и перенос их в сводные таблицы — готовое поле для анализа.

Есть и минусы. Самый главный — формирование выборки. Принцип самовыбора не позволяет ограничить аудиторию, выявить её характеристики, а также «отфильтровать» заведомо ложную информацию. Ну что ж, таков принцип открытого доступа — зато вы имеете мобильный срез мнений ваших пользователей. И ведёте количественный учёт проголосовавших, т.е. легко определяете популярные проблемы, получающие самый живой отклик. Активная категория посетителей всегда с удовольствием участвует в опросах, следит за статистикой ответов и заходит на сайт в поисках новых экспресс-анкет.

Возможно несколько вариантов размещения и организации опросов на школьном сайте:

- создание отдельной страницы с опросами и размещение информационных ссылок на неё (вопросы открываются только при нажатии на ссылку-баннер);
- рассылка тестов и анкет при условии регистрации — внесении своего mail'a в список рассылок на сайте;
- мониторинговый сбор данных, или размещение отдельных вопросов (либо их блоков) на страницах сайта путём использования следующих алгоритмов:
 - жёсткого размещения вопросов на определённых страницах;
 - произвольного (или алгоритмического) расположения вопросов на страницах сайта.



— метода **pop-up** — «выскакивания» при загрузке html-страницы вопрос на дополнительной странице.

Учитывая преимущественно информационную специфику школьного сайта, а также массовую посещаемость его подростками, удачнее всего выглядит **3-й вариант с произвольным расположением вопросов**. Опросы «выскакивают» на отдельных страницах, но существует и специальная справочная страница, демонстрирующая текущее состояние и результаты всех голосований.

Активный форум

В жизни каждого сайтовладельца наступает момент, когда он готов разнообразить свой сайт форумом и начать общаться с посетителями. Тем более если одна из основных пользовательских групп — молодёжь, которую хлебом не корми — дай пообщаться. В Сети рекомендации тем, кто желает разбить на сервере форумные «грядки», встречаются очень часто, аргументов «за» приводится много, а недостатков, на первый взгляд, нет.

Желание создать свой форум может возникнуть и у человека, имеющего опыт общения на каком-то из существующих форумов. Кажется, что требуется не слишком много усилий, чтобы создать место для общения, сохранив все достоинства уже известных форумов, но избавившись от присущих им недостатков.

Разочаруем сразу: **усилий придётся прикладывать очень много**, особенно первое время. Форумом нужно заниматься.

Если на обычном сайте цифры на счётчике и надпись «сейчас здесь 1000 посетителей» ещё могут кого-то ввести в заблуждение, то на форуме всё очевидно. Есть общение — форум живой, нет разговора — никакие цифры не помогут. Не получится поднять популярность с помощью простого увеличения количества участников (например, программ-роботов, автоматически публикующих новые сообщения), ведь «лицо» форума — интересные дискуссии на актуальные темы, и никакие интернет-механизмы их изобразить не в состоянии.

Сразу по открытию (а лучше даже непосредственно до) форума **трубите о его создании во все духовые инструменты!** Публикуйте новости об этом событии, а также о важных форумных изменениях; внесите форум в раздел «новое на сервере» (или ему подобный). Если у сайта уже есть рассылка с некоторым числом подписчиков — грех ею не воспользоваться. Если же нет, то после появления хоть какого-то количества живых обсуждений стоит задуматься об её открытии. Публикуйте и рассылайте анонсы новых тем форума или даже сами обсуждения, сопровождая всё это заманчивым предложением высказать своё мнение.

Хороший результат приносит **публикация несложных вопросов**, на которые многие посетители сайта знают ответ — так, чтобы им захотелось помочь автору. Ещё лучше — **провокационные темы**, высказывания, которые вызовут желание возра-

зить, или дискуссии носителей противоположных точек зрения, которые не оставят равнодушными тех, кому близка позиция одной из сторон.

Но, даже выполнив всю вышеперечисленную трудоёмкую работу, вы рискуете попасть в один из известных капканов. Вот они — типичные ошибки начинающих форумостроителей:

- **Не надо думать, что установить скрипт (мотор форума) — достаточно.** Новорождённый форум требует ухода.
- **Не стоит надеяться, что все желающие высказаться окажутся культурными и воспитанными.** Форуму (особенно новому и особенно молодёжному) нужен **администратор** и два-три **модератора**, которые одновременно станут «завхозами» и «охранниками». И если полномочия администратора, заходящего пару раз в неделю и осуществляющего серьёзные изменения (структурные или содержательные), способен выполнять школьный «админ» или учитель информатики, то модераторы, от которых требуется постоянное наблюдение за новыми сообщениями, могут быть набраны из активистов-старшеклассников или выпускников. Требования — «благонадёжность» (чтобы сам был воспитанным и сдержанным) и постоянный надёжный доступ в Интернет. Модератор должен быть на форуме **всегда** (поэтому лучше работать нескольким людям посменно) — ведь, к примеру, бранное слово, появившееся в «горячей» теме всего на пару часов, может надолго дискредитировать не только форум, но и весь сайт. Модератор смотрит и за содержательностью той или иной темы (чтобы все высказывались аргументированно и по делу, не скатываясь до пикировок «дурак» — «сам дурак»).
- **Не советуем делать входную страницу** — посетителей это раздражает, а постоянных посетителей это раздражает ещё больше, даже если её дизайн сделан Тёмой Лебедевым.
- **Не следует делать кучу пустых разделов, лучше один с сообщениями.** Довольно распространённая ошибка — создать много разделов и ждать, что они



заполнятся. Начинать можно с одного-двух (административный + по теме), в крайнем случае, трёх разделов (административные + по теме + флейм — «болтовня»). Заведётся 10–15 живых дискуссий — и можно делить раздел пополам на два. Тогда нет впечатления запустения; человек, заходя, не ищет: «а есть ли тут вообще что-нибудь?», а сразу видит, что жизнь кипит.

● **Не надо запрещать высказываться незарегистрированным пользователям.** Регистрируются только те, кому это по каким-то причинам нужно. Например, постоянные гости. А тому, кто пришёл в первый раз, но уже хочет что-то прокомментировать, запрет на доступ окажется препятствием, которое будет лень преодолевать. Наоборот, **любым желающим что-то сказать нужно максимально облегчить жизнь**, например, соорудить форму быстрого ответа. Однако если на форуме обозначилась, как минимум, стабильная сотня активных участников, можно начинать подумывать об ограничениях для анонимных посетителей — облегчите работу модераторам.

● **Не отпугивайте народ, публикуя на пустом форуме строгие правила и требования их соблюдать.** Интернет большой, и ваши посетители уйдут туда, где их примут дружелюбнее.

Следуя этому курсу «юного форумца», вы легко создадите и, не напрягаясь, будете содержать свой форум в тонусе.

«Прыжок через пропасть»

Вполне возможно, что всё изложенное навалилось на вас огромной глыбой проблем. Или разверзлось пропастью неразрешимых задач. Уже терзают смутные сомнения: стоит ли игра свеч? А может, оставить всё как есть?..

В Силиконовой долине «прыжком через пропасть» называют преодоление «барьера страха» на пути к будущему. Приготовьтесь к прыжку! Ведь будущее всё равно наступит, и вы должны встретить его во всеоружии.

Тем более что и прыгать не придётся. Современные информационные технологии перебросили через вашу пропасть надёжный мост; теперь нужно двигаться шаг за шагом и смотреть только вперёд! Маршрутный лист уже разработан (см. пункт «*Как превратить сайт в общешкольное дело?*»), соратники готовы вас подстраховать.

Да, их пока немного, но все инновации затевают не более 2–4% людей. Принимают и поддерживают — 15%; следующие 35% подтягиваются на стадии разворачивания проекта. Ещё 35% можно назвать «консерваторами»: они смиряются с инновациями, которые уже стали неизбежной реальностью. А есть ещё 10–15% «саботажников», которые обязательно начнут ворчать по углам, под любыми предлогами отлынивая от общей работы. Что делать с балластом? — Не обращать внимания, подкупать, принуждать, играть в поддавки — все приёмы испытаны, а ситуация не меняется. Люди получают свои деньги, делают требуемый минимум и снова уходят «в кусты».

Вот вам явный парадокс: на корифейский сайт ходят тысячи жителей разных стран, включая банкиров и домохозяек, но в школе всегда находится 12–15% учителей, которые даже не знают заветного адреса www.koriphey.ru!.. Им абсолютно неинтересно, чем живёт школа и что она представляет миру. Стоит добавить, что и на другие сайты они тоже не заглядывают. Хотя некоторые из них пользуются компьютером, как усовершенствованной печатной машинкой. Их почтовые ящики переполнены административными рассылками & письмами коллег и время от времени автоматически очищаются. В чём причина? — **в отсутствии мотива:** «саботажники» не желают преодолевать пропасть, потому что не видят противоположного края. Он скрыт в тумане рисков и возможных потерь.

Мы применяем набор специальных **методов для вовлечения «консерваторов» и «саботажников» в проектный режим:**

- сначала работаем только с теми, кто готов включиться; «консерваторов» информируем о происходящем, «саботажников» игнорируем;
- активно просвещаем весь коллектив: рисуем перспективы, обозначаем личную пользу и возможности для каждого;
- используем техники персонального вовлечения «консерваторов» (особые поручения, обращения родителей и учеников, бонусы и т.п.);
- проводим массивную систему обучения ИТ и проектной деятельности, **обязательную для всех** (кроме «саботажников»);
- меняем формы и стили обучения, вынуждая большинство педагогов — хотя бы с помощью учеников — обращаться к новым технологиям;
- вводим новую систему требований и вносим поправки в должностные инструкции;
- когда «консерваторы» начинают подключаться, а ряды «саботажников» раскалываются, можно обрабатывать их в индивидуальном режиме.



Дети — наша опора

Создавая и развивая сайт, опирайтесь на учеников. Они, безусловно, гораздо мобильнее педагогов; получив собственную зону ответственности, ученики работают серьёзно и с гораздо большей отдачей. Ведь новое поколение информационной эпохи свободно от страхов и стереотипов «технического кретинизма» и живёт в виртуальном мире, как рыба в воде.

Разумеется, стихийная детская инициатива рождает спонтанные продукты: захотелось — самовыразился, не захотелось — извините... Зарплату ведь школьники не получают. Зато охотно подключаются к «эстафете высоких достижений»: им нравится чувствовать себя хозяевами сетевого ресурса, растить его рейтинг, соперничать с лучшими школами страны, отслеживать их успехи и отвечать адекватно...

Сайт-команду формируйте, руководствуясь заповедями Аркадия Гайдара: мобилизующая идеология, чёткая структура, распределение обязанностей, железная дисциплина. И, конечно, энтузиазм.

Основные функции тоже понятны: как и у взрослых — репортёры, фотографы, редакторы, публикаторы, админы. У нас в гимназии четвёртый год действует система «дежурства по сайту»: каждый день работает «дневальный», отвечающий за подготовку и публикацию новых материалов.

Однако усилий одной группы (пресс-центра) недостаточно. Придётся подключить к деятельности все учебные параллели, все творческие студии и спортивные команды, а, в первую очередь, органы школьного самоуправления. Принцип «тотальной мобилизации» таков: от каждого коллектива — по представителю, обеспечивающему «доставку» свежих событий до членов пресс-центра. Нет информации? — Извините, мероприятие не засчитывается. Начинайте всё сначала.

К такому режиму постоянной публичности нужно приучать; получится не сразу, но зато укоренится надолго. Делайте ставку на дух соревновательности: «Вчера на сайте вышла новость про игру в 8-х классах! Здорово! Говорят, они теперь межшкольную встречу будут готовить... А у вас, в 9-х, ничего не состоялось? Ах, тоже поиграли?... Что-то никто ничего про вас не слышал...».

На следующем этапе дети начинают «теребить» взрослых. По одному репортёру прикрепляется к кафедрам, подразделениям и службам. И вот ежедневно в кабинете № X появляется активный ясноглазый мальчик лет четырнадцати и спрашивает: «Какие у вас новости? Что интересного случилось? Дайте, пожалуйста, информацию». Учителям становится как-то не по себе, и они поневоле начинают «производить» события, чтобы угнаться за молодёжью. **НО**



В ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА

От профессиональной роли — к профессиональной позиции учителя

Юлия Куницкая, доцент Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, кандидат педагогических наук

Сегодня необходимо переосмыслить сущности и составляющие педагогического профессионализма. Преодолеть крайности как объектного отношения к учителю, которое ограничивает его свободу и самостоятельность, так и чрезмерного субъективизма, чреватого вседозволенностью и разрушением нормативного строя профессии, помогает интерпретация педагогического профессионализма посредством понятия «профессиональная позиция учителя».