Коммуникационная стратегия школы

по итогам проведения процедуры оценки учебных достижений школьников

Содержание

Введение 2

1. Коммуникационная стратегия и план распространения

информационных продуктов 4

1. Определение основных групп потребителей информации

и их информационных запросов 6

1. Составление перечня информационных продуктов и их подготовка 9
2. Разработка форм представления данных с результатами оценки

для разных пользователей 12

1. Выбор и обоснование методов распространения информационных

продуктов 15

Заключение 16

Список литературы 17

1

Введение

Для успешного функционирования общеобразовательного учреждения большое значение имеет правильно организованная информационная политика по предоставлению различного рода достоверной, доступной и адресной информации об учреждении и ее деятельности всем заинтересованным потребителям.

Для информирования различных групп потребителей готовятся информационные продукты. Базой для создания информационного продукта являются информационные ресурсы.

Наряду с наличием проблем создания информационных продуктов для каждой отдельной группы потребителей информации существуют вопросы доведения подготовленных информационных продуктов до конкретных целевых групп.

Важным направлением для руководства общеобразовательного учреждения является разработка и реализация эффективной коммуникационной стратегии распространения информационных продуктов.

Коммуникационная стратегия общеобразовательного учреждения – это комплексное воздействие организации на внутреннюю и внешнюю среду с целью создания благоприятных условий деятельности учреждения [4]. Коммуникационная стратегия является двусторонним процессом: с одной стороны предполагается воздействие на целевые группы потребителей, а с другой – получение информации о их реакции на осуществленное воздействие - обратная связь. Благодаря обратной связи можно узнать о том, как та или иная группа потребителей информации воспринимает представленную информацию, отвечает ли она их запросам, и по необходимости принять меры по ее корректировке.

2

Тема эссе подразумевает рассмотрение вопросов коммуникационной стратегии образовательного учреждения по итогам проведения процедуры оценки учебных достижений школьников.

Данная тема эссе мною выбрана не случайно. Тема моей будущей магистерской диссертации напрямую связана с исследованиями и анализом результатов оценочных процедур, а также необходимостью подготовки информации для определенных групп потребителей. Таким образом, рассмотрение проблем и вопросов разработки и реализации коммуникативной стратегии является актуальным и для меня.

3

1. Коммуникационная стратегия и план распространения информационных продуктов

Коммуникационная стратегия образовательной организации определяется как комплекс коммуникативных действий и средств коммуникации, отобранных ею исходя из имеющихся у нее целей [4].

Основными составляющими коммуникационной стратегии являются [4]:

* цели и задачи коммуникационной стратегии;
* перечень информационных продуктов;
* перечень основных групп потребителей;
* формы и методы распространения информационных продуктов;
* план распространения информационных продуктов.

Коммуникационная стратегия распространения информации имеет дело не с тем, какие продукты должны быть подготовлены, а с тем, кто и как эти продукты донесёт до представителей целевых групп [3].

В частности, в случае получения результатов проведения процедуры оценки учебных достижений школьников, то в основе стратегии распространения лежит понимание того, какими способами информация о результатах оценки должна доводиться до конкретных целевых групп.

Коммуникационная стратегия распространения информации о результатах оценки должна учитывать следующие моменты [3]:

* достижение соглашения по количеству и содержанию ключевых сообщений о результатах оценки;
* предвидение вопросов, которые будут задаваться представителями СМИ и заинтересованных сторон, а также подготовка стандартных ответов для них;
* предвидение того, как журналисты и интересующиеся группы

будут пытаться искажать ключевые сообщения;

4

* разработка механизмов наблюдения за реакцией заинтересованных субъектов о результатах оценки и реагирования на случаи неправильного использования данных в реальном времени.

План распространения информационных продуктов может быть детализированным или обобщенным. В плане обычно указывается следующее: информационный продукт, группа потребителей, форма информирования, средства передачи или каналы распространения, сроки распространения информационных продуктов, лицо, отвечающее за передачу информационного продукта, процедура контроля.

5

1. Определение основных групп потребителей информации и их информационных запросов

В данной главе определим основных потребителей информации о результатах проведения процедуры оценки учебных достижений школьников и рассмотрим их информационные запросы.

Основными заинтересованными группами получения данных результатов процедуры оценки достижений учащихся являются [1;2]: учащиеся, родители (законные представители), учителя, администраторы системы образования (администраторы образования разного уровня и руководители методических объединений), преподаватели образовательных организаций, исследователи, представители общественности и общественные лидеры, средства массовой информации. При этом в данной работе не будут рассмотрены другие группы потребителей (профсоюзы, неправительственные организации, министерства других систем), использующих информацию о достижениях школьников в других областях и сферах.

Рассмотрим информационные потребности каждой представленной группы в информации о результатах процедуры оценки достижений школьников.

Учащиеся нуждаются в информации, показывающий их личный прогресс и учебные достижения или неудачи.

Родители (законные представители) нуждаются в информации, чтобы следить за прогрессом собственных детей, решать, необходимо ли вмешиваться в деятельность школы или в процесс обучения своего ребёнка. Потребность в такой информации резко усиливается в ситуации возможности выбора школы.

Учителя нуждаются в информации, чтобы определить положение дел в знаниях конкретных учащихся и при необходимости скорректировать процесс обучения. При этом им нужна не столько статистика, сколько интерпретация –

6

не рейтинг учащихся по средним баллам, а информация, какое предметное содержание было не в полной мере освоено учениками.

Администраторы системы образования (администраторы образования муниципального и регионального уровней, администрация школы и руководители методических объединений) на различных уровнях нуждаются в информации об учебных достижениях учащихся для: корректировки учебного плана, разработки программ изменений в образовательных учреждениях, определения направления подготовки учителей, организации демонстрации достижений родителям и вышестоящему начальству, а также для аргументирования необходимости выделения дополнительных ресурсов.

Преподаватели образовательных организаций, проводящие подготовку и повышение квалификации учителей, нуждаются в информации о результатах использования на практике современных подходов подготовки учителей, учебного плана и преподавания.

Исследователи заинтересованы в получении всех возможных первичных данных о результатах оценки для проведения теоретических и прикладных исследований.

Представители общественности нуждаются в информации, чтобы определять, обеспечивает ли образовательная система достижения значимых для них социальных, образовательных и экономических целей и делает ли она это результативно и эффективно.

Общественные лидеры, включая политиков местного уровня, нуждаются в информации, чтобы оценить, производит ли школьная система результаты, необходимые обществу для достижения его социальных, культурных и экономических целей.

Средства массовой информации (печатные или телевидение) стараются получить любую информацию о результатах проведения процедуры оценки учебных достижений школьников, в которой заинтересованы другие группы

7

потребителей, с целью повышения интереса данных групп потребителей к своему масс-медиа. В сою очередь средства массовой информации позволяют донести необходимую для передачи информацию до большого числа пользователей.

8

1. Составление перечня информационных продуктов и их подготовка

С точки зрения полезности для меня, в данной главе я рассмотрю информационные продукты, формируемые для такой группы пользователей информации о результатах проведения процедуры оценки учебных достижений школьников как администраторы системы образования. К ним относятся администраторы и управленцы разного уровня – руководители муниципальных и региональных органов управления образования, руководители методических объединений, администрация школы.

По результатам проведения процедуры оценки для указанной группы потребителей могут быть составлены следующие информационные продукты [1]:

- для руководителей муниципальных и региональных органов управления образования, а также руководителей методических объединений: печатное или электронное издание с описанием определенных информационных ресурсов, выпущенное до подведения итогов проведения процедуры оценки; краткая аналитическая записка с результатами оценки; презентации с наглядными примечаниями и комментариями; резюме итогового отчёта оценочной процедуры.

- для администрации школы: итоговый отчёт, подготовленный вышестоящими органами управления образованием; отчёт по школе в сравнении с результатами школ из своего кластера; доклады на семинарах и совещаниях, проводимых учредителем или муниципальными методическими службами для обсуждения результатов деятельности школы.

Указанные информационные продукты для данной группы потребителей готовятся на основе различных информационных ресурсов. В нашем случае к ним можно отнести [1]:

* цели и предназначение процедуры оценки;

9

* характеристика теста;
* банк заданий, которые создаются для оценки умений и навыков учащихся;
* базы данных с результатами оценки;
* характеристика выборки участников проведения процедуры оценки;
* примеры заданий и описание основных ошибок для отдельных заданий (содержательный анализ выполнения заданий);
* техническая документация и фактические материалы (руководства, протоколы проведения и т.п.).

Рассмотрим представленные выше информационные продукты для данной группы потребителей с точки зрения их подготовки. Каждый информационный продукт подготавливается с использованием различных информационных ресурсов.

Печатное или электронное издание, выпущенное до подведения итогов проведения процедуры оценки, включает в себя описание характеристики теста. Это издание становится публично доступным до выпуска результатов оценки. Ранняя публикация описания теста направлена на предотвращение критики, связанной с прозрачностью процедуры оценки.

Краткая аналитическая записка с результатами оценки имеет всего 2 или 3 листа объема. В ней не указываются технические подробности.

Презентации должны быть сделаны с наглядными примечаниями и комментариями для ключевых групп с целью демонстрации всех результатов, полученных на каждом этапе проведения процедуры оценки вплоть до итоговых показателей.

Итоговый региональный отчёт является наиболее полным и всесторонним из всех информационных продуктов, которые могут быть подготовлены на основе данных оценки. В нем может быть указана информация, подготовленная с использованием почти всего перечня

10

информационных ресурсов.

В резюме (краткой версии) итогового отчёта излагается краткая характеристика оценочной процедуры и основные результаты и выводы.

Отчёт по школе готовится для обсуждения успехов и проблем, выявленных в ходе оценки учебных достижений учащихся данной школы.

В указанных информационных продуктах информация может представляться на профессиональном и управленческом языке, в виде диаграмм и графиков, с объяснениями по тем или иным динамическим показателям.

11

1. Разработка форм представления данных с результатами оценки для разных пользователей

Рассмотрим формы представления данных с результатами оценки учебных достижений школьников для разных групп пользователей. Во второй главе были определены следующие основные группы пользователей данных с результатами оценки: учащиеся, родители (законные представители), учителя, администраторы системы образования (администраторы образования разного уровня и руководители методических объединений), преподаватели образовательных организаций, исследователи, представители общественности и общественные лидеры, средства массовой информации.

Учащимся результаты проведенной оценочной процедуры учитель преподносит на уроке в устной форме. В своей речи он обращает внимание каждого ученика на положительные или отрицательные моменты в выполненной им работе.

Для родителей подготавливаются: доклады и презентации, представляемые на классных и общешкольных родительских собраниях; буклеты с основными результатами; материалы для раздела в публичном докладе; информация о результатах оценочной процедуры, размещенная на сайте школы.

Для учителей: отчет с указанием результатов, основных ошибок и типов заданий, выполнение которых вызвало наибольшую трудность у учащихся; отчет с сравнительными данными результатов оценки других школ; доклады на педагогических советах и совещаниях; доклады и справки методических служб, представленные на семинарах; презентации.

Администраторы системы образования (администраторы образования муниципального и регионального уровней и руководители методических объединений) получают информацию о результатах проведения оценочной

12

процедуры в следующих формах: аналитический итоговый отчет; справки, подготовленные организаторами проведения процедуры оценки учебных достижений и представленные на совещаниях; презентации с наглядными примечаниями и комментариям.

Для администрации школы готовятся: справка с информацией по итогам проведения процедуры оценки, касающейся данной школы в сравнении с результатами других общеобразовательных учреждений одного кластера; отчёт по школе с указанием основных ошибок учащихся, который готовится для обсуждения успехов и проблем, выявленных в ходе оценки учебных достижений учащихся данной школы.

Преподаватели образовательных организаций и исследователи используют для своей работы всю информацию, подготовленную в любой форме для всех групп пользователей кроме группы учащихся и группы родителей.

Представители общественности и общественные лидеры получают информацию о результатах проведения оценки учебных достижений учащихся в форме кратких справок, в которых укрупненно представляется информация о целях и задачах проведения данной оценочной процедуры и обобщенные итоги.

Для средств массовой информации данные с результатами оценки могут быть представлены в форме: пресс-релиза с основными результатами программы оценки; в материалах для прессы, содержащей ответы на наиболее важные для СМИ вопросы; во время интервью основных специалистов и руководителей; на пресс-конференциях.

Основным моментом в предоставлении одной и той же информации о результатах проведения процедуры оценки учебных достижений школьников является то, что для каждой отдельной целевой группы ее следует представлять по-разному. При этом должны учитываться существующие различия между ними, которые выражаются: в действиях, которые могут быть предприняты на

13

основе полученной информации; в особенностях восприятия информации; в используемых средствах, при помощи которых можно донести информацию до определенной целевой группы (возможные каналы получения информации).

14

1. Выбор и обоснование методов распространения информационных продуктов

После того, как были подготовлены информационные материалы (информационные продукты) в определенной форме необходимо их распространить по всем обозначенным группам пользователей.

Информацию о результатах проведения процедуры оценки учебных достижений учащихся распространяют посредством [3]: отчетов и справок на бумажном носителе; отчетов и справок в электронном виде (через сеть Интернет или на CD-дисках или картах памяти); информации с использованием мультимедийных средств и продуктов; информации, передаваемой через совещания, собрания, семинары, пресс-конференции, конференции, брифинги, пресс-релизы, интервью; в личных беседах; в статьях.

Выбор того или иного метода распространения информационного продукта, так же как и выбор формы представления, определяется тем, для какой целевой группы предназначена информация. Выше уже были в некоторой степени обозначены формы представления информационных продуктов для каждой группы пользователей с указанием методов распространения.

Точный выбор методов распространения или каналов распространения должен позволить донести информацию до адресата как можно более эффективно и с наименьшими затратами ресурсов.

15

Заключение

Процесс разработки коммуникационной стратегии школы представляет собой целенаправленную работу с информацией для обеспечения подотчетности и вовлечения представителей всех заинтересованных сторон, включая общественность, в дело реализации образовательной политики на уровне школы. Активное участие всех заинтересованных сторон является ключевым фактором повышения качества образования.

Процесс разработки коммуникационной стратегии школы включает в себя несколько последовательных этапов работы с информацией, начиная от определения цели и начала сбора информации и заканчивая распространением и практическим применением результатов этой работы. Понятно, что безошибочное определение, разработка и выбор каждой составляющей коммуникационной стратегии является важным моментом и необходимо ответственно и качественно выполнять работу на каждом этапе.

В то же время, мне представляется, что наиболее важным и, в некоторой степени, сложным является работа над подготовкой информационных продуктов для каждой и определенной целевой группы, так как здесь приходится учитывать специфические информационные запросы, при этом не предоставляя ненужную и не представляющую интерес для данной группы потребителей информацию.

Знание пользователей результатов проведения процедуры оценки учебных достижений школьников и их информационных потребностей; наличие информационных продуктов, способных удовлетворить существующие информационные потребности различных групп пользователей; знание форм представления результатов оценки; понимание, какие методы распространения информационных продуктов следует использовать, - все это позволит правильно организовать и грамотно реализовать коммуникационную стратегию образовательного учреждения и достичь ей поставленных целей.

16

Список литературы

1. Болотов В.А., Вальдман И.А. Информирование различных целевых групп как условие эффективного использования результатов оценки учебных достижений школьников. [Электронный ресурс] // Проблемы современного образования. Интернет-журнал. 2012. №6. URL: <http://www.pmedu.ru> (дата обращения: 26.11.2013)
2. Вальдман И.А. Информационная открытость общеобразовательного учреждения как условие его взаимодействия с социумом: автореф. дис. … канд. пед. наук.М., 2010. 27 с.
3. Вальдман И.А. Разработка стратегии распространения информации о результатах оценки. Презентация. [Электронный ресурс]. URL: <http://yandex.ru/clck/jsredir?from=yandex.ru;yandsearch;web;&text=> (дата обращения: 26.11.2013)
4. Косарецкий С.Г. Информационное взаимодействие школы с общественностью: понятийный аппарат и семантико-смысловое пространство (тезаурус) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.isiksp.ru/library/kosarecky_sg/kosarecky-000003.html> (дата обращения: 26.13.2013)

17