



Як зацікавити ЗМІ?

Ви берете участь в «Класній школі». Для усіх нас важливо, щоб ЗМІ зацікавились тим, що робить Ваша школа в рамках програми, змінами, які Ви впровадили, та іншими досягненнями. Нагадую також, що на київській конференції з нагоди відкриття програми ми вирішили взяти участь в дебатах щодо реформи української освіти.

Як реформа, так і наша програма можуть видаватись важливими та цікавими темами, але, на жаль, це не означає, що ними буде легко зацікавити ЗМІ. Так є не лише в Україні – схожа ситуація і в Польщі та багатьох інших країнах: тим, що в школах є найважливішим, тобто працею вчителя та її результатами, важко зацікавити громадську думку. На відміну від скандалів, які трапляються в школах, а також показних проблем та конфліктів.

Як в такій ситуації зацікавити ЗМІ? Поради, подані нижче, виходять за рамки програми «Класна школа», їх можна використовувати також в інших ситуаціях.

Для того, щоб успішно добитися уваги ЗМІ, треба зрозуміти, що ЗМІ – як би це делікатніше сказати – мають свою специфіку. Вони повинні швидко отримати сигнал, що в школі X відбувається щось насправді «най». Мають мало часу і мало терпеливості. І загалом думають неглибоко. Такою є реальність, але можна собі з тим дати раду. А при нагоді переосмислити свою роботу.

ЧИМ?

1. Насамперед Ви самі повинні бути переконані, що Ваша школа, Ваша робота є цікавою темою. Якщо це не так, якщо навчання Вас вже не надихає, то нічого з цього не вийде. Тому подивіться свіжим оком на те, що робите в програмі та поза нею. Уявіть собі, що Вам потрібно про це розповісти марсіанинові, який нічого не знає про школу. А також – замученій подрузі або професійно вигорілому другові так, аби заохотити їх до кращої роботи.

2. Подивіться також на свою роботу і роботу своєї школи трохи ззовні, з вищої перспективи – свого регіону, країни, а особливо з перспективи запланованої системи освіти. Який маєте досвід в оцінюванні іспитів, професійному самовдосконаленні? Чи повинна місцева громада зробити щось для Вашої школи, якщо власниками стануть органи місцевого самоврядування, і навпаки – що Ваша школа може зробити для них?

3. Запитайте у себе, що Ви робите або будете робити для того, щоб краще вчити, в тому чисті нових речей (яких?), щоби пробудити натхнення у своїх учнів/учениць, щоб змінити, покращити Вашу школу. Які елементи програми «Класна школа» служать цьому? Чи шкільні дебати змінили щось в житті школи? Спробуйте знайти щось цікаве/нове в соціальній програмі «Класна школа» не беручи до уваги, що це міжнародна діяльність (цікава для ЗМІ, але цього замало).



4. Безцінними можуть бути спільні міркування і розмова в групі. Зробіть вчительський мозковий штурм: що нового, цікавого, складного, оригінального Ви робите/будете робити. Постарайтеся знайти важливі контексти для своєї роботи також поза реформою освіти. Наприклад, зв'язок з політичною ситуацією, проблемами України, або свого регіону чи міста. Може, в опрацьованні Кодексу Школи Ви побачите школу демократії?

5. До наради над темами для ЗМІ запросіть учнів. Вже тільки це може бути темою для ЗМІ, особливо якщо б дійшло до розбіжностей у поглядах чи суперечностей між вчителями та учнями. Що учнів дратує, що їм заважає? Зробіть анонімну анкету з питаннями: «В моїй школі мене бісить те, що...», «Якщо б я міг змінити в школі три речі, то... » .

6. Пам'ятайте, що ЗМІ люблять негативні новини („bad news is a good news“). Тому подумайте про труднощі та конфлікти, які супроводжують Вашу роботу. Точкою відліку кожної програми зміни може бути/повинна бути проблема. Питайте: що є ахіллесовою п'ятою нашої школи? Життя в нашому місті/регіоні? Освіти в Україні? Яким чином школа може це змінити?

7. Подумайте, про що сперечаються батьки зі школою і між собою? Можливо, про гроші? Скільки насправді коштує безоплатна освіта? Як Ваша школа дає собі раду з фінансуванням? Як можна це змінити? На чому не можна економити? Такий розрахунок кошика учня для першого, другого, третього класу і так далі може бути новиною, бо гроші – це завжди цікаво. Можливо, з'являться великі розбіжності між школами/регіонами?

«Якою є правда про фінанси української школи?» Такий заголовок повинен намагнітити ЗМІ. Наскільки її утримують батьки? Деякі з них мають гроші, інші – ні. Чи це не породжує напруження? Чи українська школа – і вся система освіти – збільшує чи зменшує різницю між привілейованими групами та рештою?

8. Для ЗМІ успіхи шкіл, на жаль, не будуть цікавими, хіба що надзвичайно виняткові – посилаюсь на приклади польської Класної школи 2015/2016 – якщо учні збудують повітряну кулю або відкриють комп'ютерний клуб для своїх бабусь і дідусів, або організують Ніч Бібліотек – після заходу сонця зустрінуться в шкільній бібліотеці, запросять родичів і сусідів та запропонують програму спільних читань, театральні вистави тощо. Запевняю, що Ніч в школі буде магічною для всіх.

9. ЗМІ люблять гарячі теми. Цікавим може бути вихід школи поза її стіни. Наприклад, проведення анкетування/дослідження/«референдуму» серед мешканців на тему місцевої проблеми (роль



вчителів полягає в тому, щоб подбати про безпеку такого проекту). Школа може потім запросити мешканців на дебати щодо цієї теми. Зацікавлення місцевих ЗМІ гарантоване.

10. ЗМІ люблять «масштабні теми», треба їх тільки правильно анонсувати. Якщо ви будете думати над реформою освіти, ставте чіткі запитання: Чи ділити освіту на три рівні? Як це зробити? Що це дає, чим загрожує? Чи впроваджувати зовнішні іспити наприкінці усіх етапів освіти? Чи іспити нас мобілізують, чи зашкодять?

Україна хоче використати польський досвід, але у Польщі не все вдалося. Ми справді досягнули величезного приросту знань у 15-річних дітей (в дослідженнях PISA Польща з групи середняків перейшла до лідерів ЄС і навіть світу), але в результаті навчання для тестів освіта стала сильно індивідуалізованою і «сплющеною». До сьогодні критикують створення гімназій як окремої нижчої середньої школи. Така тема повинна бути цікавою для ЗМІ: як не повторити польських помилок? Можна використати матеріали нашої київської конференції.

11. Чи треба впровадити в Україні громадські школи? В Польщі вони були і є джерелом інновацій, але також – як платні школи – дають ефект елітарності замість рівних можливостей. ЦЕ може зацікавити ЗМІ: не лише в Україні еліти мають негативні відгуки у пресі...

12. Цікавими для ЗМІ є драматичні проблеми, які викликають сильні емоції. Ліквідація шкіл, які в період демографічного спаду мають замало учнів – це для учнів, їхніх батьків та цілої місцевості є трагедією. В Польщі багато таких шкіл місцева спільнота рятує, замінюючи їх статус з публічної установи на громадську школу (безкоштовну), менеджментом якої займається організація, створена батьками. Порятунком школи тоді відбувається шляхом збільшення навантаження учителів і обмеження працевлаштування інших працівників. Вчителі працюють більше, але не втрачають роботи.

13. Принагідно цікавою темою було би скільки працюють вчителі/ки в Україні на фоні інших країн. В Америці ставка сягає 35 і більше годин на тиждень – вдвічі більше, ніж в Україні. У версії для ЗМІ: «Ми краще вчимо, чи просто ліниві?»

14. Методи навчання – на такій темі журналіст починає засинати. Але і тут можна ЗМІ «продати» щось цікаве. Наприклад, учні, які навчають комп'ютерної та інтернет-грамотності старших людей зі свого оточення («зворушливий» матеріал для телебачення). Або так звані «обернені уроки», коли учні перед заняттями «вивчають» дану тему (використовуючи інтернет чи інші джерела), а на занятті дискутують, учитель/ка пояснює їм проблеми, вони вирішують завдання тощо. Преса



любить теми, які дивують, а тут можуть використати заголовок «Революція в школі: учень вчиться сам» або «Революція! Вчитель вже не вчить, а допомагає вчитися».

15. Не бійтеся говорити про важкі справи і працювати над складними темами. Чому учням нудно? Чи вчителі бачать сенс у своїй роботі? Чи катастрофічно низькі зарплати погіршують якість роботи? А може, парадоксально пробуджують так звану внутрішню мотивацію, бо якщо не працюємо за гроші, то ми тим більше повинні вірити в сенс навчання? Не ідеться лише про те, що це «купить» преса, це може бути цікавим і важливим для Вас і Вашої роботи. А ЗМІ люблять проблеми.

16. Чи українська школа є відображенням життя суспільства? Фрустрації, втрати надії, страху перед дестабілізацією і війною? Чи, може, є зеленим островом надії? Як школа дає собі раду з патріотичним вихованням? Чи не означає воно зміцнення у природний спосіб антиросійських настроїв? Як відрізнити патріотизм від націоналізму? Як про це все говорити з учнями? Це для ЗМІ може бути цікавим.

КОГО?

17. Складіть – найкраще під час вчительського мозкового штурму – список ЗМІ, які могли б описати вашу школу. Не обмежуйте себе в ідеях, візьміть до уваги центральні, навіть найбільші ЗМІ, а також місцеві та інтернет-ЗМІ. Не забудьте про спеціалізовані видання, наприклад, освітні портали. Може, є якісь циклічні освітні програми на радіо чи телебаченні? Ви повинні якнайдалі закинути сіті.

18. Найважливіше, до кого у цих ЗМІ звертатися. Офіційний лист/мейл на адресу редакції має невеликі шанси, потрапить до смітника – звичайного чи віртуального. Найкраще знайти журналіста/ку або редактора/ку, зацікавлених даною темою. Не зашкодить зауглити його/її тексти і якимось прив'язатись до цього (самолюбство – штука журналістська).

19. Пам'ятайте, що цьому/цій журналісту/ці є що робити, і він/вона мусить вибирати серед тем, які вже собі знайшов/ла або які отримав/ла для висвітлення. Треба зав'язати з ним/нею контакти, не бути анонімом. Тут якраз можна використати знайомства. Може, батьки Ваших учнів знають когось із ЗМІ? Може, той журналіст/ка писав/ла про школу, в якій Ви когось знаєте? Може, родом з вашої околиці? А може, вчився у Вашій школі або в школі, яку знаєте? Така деталь може сприяти тому, що Вас приязно сприймуть.

ЯК?

Електронна пошта. Перед розмовою вишліть повідомлення.



20. Якщо Ви знайшли якийсь «гачок», почніть з такого: «оскільки Ви вчилися в сусідній школі...», або «здається, Ви були учнем історика Анатолія Русола, який вже на пенсії, але добре Вас пам'ятає», «як дізналася від Олександра Тимощука, чия донька вчиться в нашій школі, Ви могли б зацікавитись...».

21. Якщо не маєш «гачка», то... створи його.

Наприклад: «Я чула, як нещодавно в телевізійній дискусії про виховання Ви говорили, що діти забагато часу проводять перед комп'ютером. Ми в нашій школі в рамках міжнародної програми Класна школа власне займаємось цією темою: як мудро використовувати нові технології. Дискутуємо про це з нашими учнями і ось вони розробили кодекси поведінки, наприклад, коли і як можна користуватись смартфоном під час уроку. Може Ви хотіли б нас відвідати і зробити про це репортаж?».

Або так: «Знаю, що Ви цікавитесь суспільними проблемами (освіта, розлучення, корупція), а останнім часом також аваріями на дорогах, читала Ваш цікавий текст про це під заголовком «Чума насувається». Подумала, чи не було б для Вас цікаво познайомитись із освітнім проектом, який реалізують учні 7-9 класів нашої школи. Вони самі обрали тему і зробили анкету серед водіїв, отримали аж 232 відповіді. Зокрема, виявилось, що значна більшість водіїв (особливо серед чоловіків) вважає, що це не водії є відповідальними за аварії, а стан доріг, занадто велике навантаження (у професійних водіїв), і навіть... дорожня міліція. Учні цікаво про це дискутують і замислюються, що зробити з цією інформацією. Як Ви думаєте, чи варто про це написати? Заодно можете побачити, в чому полягає міжнародна програма «Класна школа», в якій ми беремо участь. Я дозволю собі до Вас зателефонувати у цій справі».

Якщо маєте щось виразне, то долучіть до листа. Це може бути фотодокументація якогось заходу, сторінка в шкільній газеті, результати дослідження чи навіть коротке відео з театральної вистави (необхідно його архівувати чи переслати за допомогою веб-трансфера).

Або: «Нещодавно читав Ваш текст про «революцію в думках споживачів». В нашій школі також відбувається мала революція, і то така, в якій немає жертв, але усі отримують користь. Ми організували дебати, в яких учні укладають кодекс, принципи, пов'язані із використанням нових технологій. Ми також змінюємо спосіб навчання, де вчитель перестає бути викладачем і перетворюється на порадирика в навчанні. Чи це не цікаво? Звичайно, не всім вчителям таке вдається, з'являється напруга, іноді конфлікти, але є також багато енергії та оптимізму, тобто, дефіцитного товару в Україні. Я дозволю собі зателефонувати до Вас, щоб про це поговорити».

Телефон. Незалежно від того, чи Ви отримаєте відповідь на електронного листа, зателефонуйте.

22. Не говоріть багато, перейдіть до конкретики, по суті, повторюючи зміст електронного листа. Не думай, що журналіст/ка його прочитав/ла, говори так, ніби він/вона цього не зробив/ла. В розмові будьте милим, але не улесливим. Пам'ятайте, що це Ви маєте цікаву і важливу пропозицію для ЗМІ!

23. Будьте впевненим. Якщо журналіст відмовить, питайте, хто інший міг би цим зацікавитись. Якщо він/вона обіцяє вийти на зв'язок і не дає про себе знати, не ображайтеся, самі зателефонуйте.



«Знаю, що Ви зайняті і маєте інші справи, але прошу не забути про моїх учнів, які опікуються незрячими дітьми. Це така зворушлива історія, що достатньо буде Вам тільки глянути на відео, яке я переслала, і зможете побачити її глибину, адже учні там розповідають, скільки вони й самі отримують від такої допомоги і чого вчать. А при нагоді Ви б побачили, як демократизується наша школа, беручи участь в міжнародній програмі «Класна школа».

24. Дещо по-іншому можна розмовляти з місцевим журналістом/кою. Можна звернути увагу на діяльність школи в місцевій громаді (виступи в будинку престарілих) або звернутись до почуття місцевого патріотизму («наша школа єдина від нас бере участь у міжнародній програмі, мабуть, варто цим похвалитися?»), або звернутись до місцевої гарячої теми («Ви знаєте, що за рівнем комп'ютеризації наше місто плентається у хвості? В програмі «Класна школа» хочемо почати це змінювати»).

Візит. Коли журналіст/ка задекларує, що хоче приїхати, Вам може видатись, що й по всьому. Та це найбільша помилка.

25. Запитайте, що він/вона очікує, що хотів/хотіла б побачити, з ким поговорити. Самі пропонуйте, бо Ви краще знаєте, кого і що показати. Будуть потрібні співрозмовники, які зможуть говорити яскраво і конкретно. Не лише вчителі, але й обов'язково учні та учениці, вони точно будуть цікавими для ЗМІ. Подумайте, запропонуйте, що можете показати. Уроки? Учнівські дебати? Аудіо- чи відеоматеріали з реалізованого проекту? Комплект опрацьованих учнями кодексів 2.0? Результати міні-анкет, зроблених учнями?

Заохочуйте журналіста/ку зібрати якнайкращий матеріал, не бійтеся його/її думок, підсуньте власні. Найгірше, що Ви можете зробити, це сісти з журналістом/кою в кабінеті і довго розповідати.

Дії опісля. Після візиту журналіста, мабуть, Вам спадуть на думку речі, яких Ви не сказали.

26. Домовтеся з журналістом/кою, що вишлете додаткового електронного листа. Бачачи, в який бік пішло збирання матеріалу, додайте свої коментарі так, щоб журналіст отримав хороше формулювання, типу «Учні є нашими партнерами, і ми трактуємо це серйозно. Завдяки цьому ми можемо стати партнерами для них» або «На початку ця ідея учнів зі смартфонами здавалася нам небезпечною, але я подумав/ла, що ми ризикнемо». «Тема шкільних грошей є секретом полішинеля, хтось мав зрештою пролити світло на правду, враховуючи, що реформа повинна це змінити». «Ліквідація школи означає крах нашого населеного пункту, тому ми почали публічні дебати». «Нові технології можуть збагатити освіту. Нам потрібно лише подбати про те, щоб вони не збільшили різниці між дітьми із заможніших та менш заможних родин. Тому ми відкрили післяобідній комп'ютерний клас».

Усе це лише приклади. Ваша роль полягає в тому, щоб знайти свої ідеї для кращої освіти і так їх описати, щоби ЗМІ захотіли про це інформувати, а люди – читати.