

## **INFORMATIE VANUIT DE SCHOOL**

---

Scholen hechten veel waarde aan goede informatie voor de ouders. Goed geïnformeerde ouders zijn beter toegerust voor hun rol als partner van de school. Vaak kiezen scholen voor schriftelijke informatie.

*“Het Erasmus hecht veel waarde aan een goed contact met de ouders. Naast diverse ouder(contact)avonden zijn ouders op vele manieren betrokken bij het reilen en zeilen van de school. Ouders kunnen zich beschikbaar stellen voor de ouderraad of voor de oudergeleding in de medezeggenschapsraad van onze school. Bij buitenschoolse activiteiten, tijdens de afsluitingsdagen en de werkweken en in de mediatheek verlenen veel ouders hand- en spandiensten. Enkele keren per jaar ontvangen alle ouders het informatiebulletin Eraster.*

Tegelijk constateert menige school dat juist schriftelijke informatie haar beperkingen heeft.

*“De informatie uit de Nieuwsbrief komt niet altijd aan bij de ouders. De brief blijft in de tas zitten of wordt wel uitgekapt maar verdwijnt op de stapel of in de prullenbak. Dat merk je bij bijvoorbeeld de aankondiging van activiteiten of roosterwijzigingen. Je moet er dus rekening mee houden dat niet iedereen de schriftelijke informatie heeft gelezen!”*

### **Wie schrijft blijft?**

In deze beschrijving richten we ons met name op *schriftelijke informatie*, fysiek of digitaal. Veel afwegingen die gelden bij de keuze voor schriftelijke informatie zijn ook van toepassing op *mondelijke informatie*, zoals die wordt gegeven op informatieavonden, via inloopuurtjes of in introductie-, voortgangs- en exitgesprekken.

Met het geven van informatie hebben scholen een doel voor ogen. In meer algemene zin gaat het daarbij om het overbruggen van een informatiekloof (of -achterstand) tussen school en ouders. In concrete gevallen gaat het om meer specifieke doelen: een beeld geven van hoe de school met bepaalde zaken omgaat, uitleggen wat de achtergrond is van een bepaalde activiteit of actie, uitnodigen om in een activiteit te participeren, enzovoorts. Die doelen verschillen nogal van elkaar en vragen soms om een andere aanpak.

De eerste kritische succesfactor is dan ook het hebben van een *helder doel* en het kiezen van een *geschikt middel* om dat doel te bereiken. Dat klinkt triviaal, maar neem nou de schoolgids. De schoolgids is een verplicht instrument, maar is het ook een geschikt instrument voor alle communicatie- of informatiedoelen die de school voor ogen staan? Hanteren of kunnen ouders die gids hanteren om op basis daarvan een meer bewuste schoolkeuze te maken? Dat was immers één van de achterliggende doelen van die verplichte gids. Hoeveel ouders lezen die schoolgids en wat lezen ze dan? Is het voor sommige groepen ouders niet beter om hen door het schooljaar heen – beetje voor beetje – te informeren over relevante onderdelen uit de schoolgids? En, heel belangrijk:

komt in de gids al tot uitdrukking dat de school ervoor kiest om met ouders om te gaan als partners in de opvoeding en begeleiding van hun kinderen? Destilleren ouders uit die gids het beeld dat de school erin wilde stoppen? Informeren en communiceren blijkt in de praktijk toch best lastig.

Mede als uitwerking van die eerste factor (en dan vooral het middel dat wordt ingezet) zijn doseren, differentiëren en distribueren (de drie D's) de volgende drie kritische succesfactoren.

- *Doseren van informatie*: welke informatie geef je, in welke omvang en diepgang, en doe je dat in één keer of doe je dat in brokken?
- *Differentiëren in de informatie* die je geeft voor verschillende doelgroepen. (Groepen) ouders verschillen nogal van elkaar, bijvoorbeeld in taalgebruik en taalbeheersing, in 'leescultuur', in achtergrond, in belangstelling en in wat ze al weten van hoe het eraan toegaat in het onderwijs. Ook met die diversiteit moeten we leren omgaan als we werkelijk willen communiceren met ouders en hen gericht willen informeren.
- *De keuze van het moment en de manier van distribueren*. Informatie over bijeenkomsten op school waarbij (alle) ouders verwacht worden, moeten tijdig worden aangekondigd, maar vragen om een follow-up. Informatie over wat de leerlingen allemaal in de tweede helft van het schooljaar te wachten staat kan beter niet, tussen alle andere informatie door, op de informatieavond aan het begin van het schooljaar gegeven worden. Wat de manier van distribueren betreft, is de eerste vraag: kies je voor mondelinge of voor schriftelijke informatie, of voor een combinatie? Een nieuwsbrief leent zich voor de laatste nieuwtjes en zaken die op korte termijn spelen, maar kun je erop vertrouwen dat die gelezen wordt? Maak je gebruik van internet of intranet? De website vormt een mooi kanaal om ook de bekende bronnen neer te zetten, zodat die kunnen worden geraadpleegd (het schoolplan, de schoolgids, alle nieuwsbrieven van de afgelopen periode). Is de website ook interactief van karakter, bijvoorbeeld in de zin dat ouders daar vragen kunnen stellen aan de school? Worden ouders per e-mail benaderd?

Een vijfde kritische succesfactor is de *verzorging van de informatie*: het correct gebruik van de Nederlandse taal (spel- en schrijffouten geven een slecht voorbeeld voor de kinderen en zijn voor ouders dikwijls een doorn in het oog). Een zesde kritische succesfactor is het *onderhouden en actueel houden van beschikbare informatiebronnen*: een schoolgids of website met verouderde of achterhaalde gegevens doet afbreuk aan de betrokkenheid van ouders. Een zevende kritische succesfactor schuilt in consistentie (geen tegenstrijdigheden) en herhaling (van belangrijke boodschappen).

## **Uitvoering**

De uitvoering kan sterk verschillen, afhankelijk van de informatie die de school wil geven. We vermelden hier een aantal aandachtspunten die van belang blijken.

### *Doseren*

In de loop van een schooljaar en zelfs tijdens het hele traject dat school en ouders samen lopen, zijn er tal van momenten dat de school informatie aan de ouders wil verstrekken. Het is wijs om vooral nieuwe ouders niet te overladen met informatie. Menig ouder van een kleuter wil nog niets horen over de doorstroomcijfers naar het voortgezet onderwijs;

menig ouder van een 'brugpieper' onthoudt de informatie over streams en profielen nog niet. Een gulden regel is: bezin je als school op wat de basisinformatie is waarvan je verwacht dat ouders die op enig moment nodig hebben. Wat hebben ouders nodig bij de kennismaking met een school? Wat op het moment dat er een intake plaatsvindt? Welke informatie koppel je aan een introductie van ouders in de schoolgemeenschap? Een andere gulden regel is: vraag regelmatig aan ouders wat ze gemist hebben of wat ze te veel aan informatie hebben gekregen. Op basis daarvan kun je je informatie of informatiebeleid bijstellen.

#### *Differentiëren*

Een school die echt wil communiceren en optimaal wil informeren, weet dat 'Het staat toch in ... (de schoolgids, de nieuwsbrief, het schoolplan)' eigenlijk een dooddoener is. In de praktijk werkt dat niet zo. Daarvoor verschillen ouders teveel van elkaar (en van het team). Zonder iets af te doen aan de eigen verantwoordelijkheid van ouders om actief iets te doen met de informatie die ze van de school krijgen, is communiceren en informeren bij alle diversiteit van ouders meer en meer een kwestie van maatwerk aan het worden. Inspelen dus op de informatiebehoefte van verschillende (groepen) ouders. Sommige ouders zullen voldoende hebben aan praktische informatie, terwijl anderen geïnteresseerd zijn in formele zaken of op zoek zijn naar achtergronden en het waarom. Zwaar leunen op (alleen) schriftelijke informatie maakt je schoolgemeenschap kwetsbaar als je veel migrantenouders hebt. Het inschakelen van contactouders uit hetzelfde taalgebied vormt dan een mooie uitweg.

#### *Distribueren*

Maatwerk leveren betekent vaak ook dat je meer dan één kanaal moet benutten om informatie te verspreiden en dat je soms ook op de dag zelf nog eens aandacht moet vragen voor de bijeenkomst die 's avonds plaatsvindt. Naast de traditionele middelen komen steeds meer alternatieve kanalen in beeld. We noemden al het gebruik van de website. Sommige scholen communiceren bovendien via de e-mail met de ouders. Voorwaarde is wel dat de betreffende ouders actief gebruik maken van een e-mail en dat het e-mailadressenbestand actueel wordt gehouden en dat de andere ouders berichten op de conventionele manier ontvangen. In toenemende mate schakelen scholen ook de kinderen in als informatiekanal: ze krijgen bijvoorbeeld een toelichting op een nieuwsbrief zodat ze de inhoud ook mondeling kunnen communiceren, of het zijn de leerlingen die een uitnodiging maken voor hun ouders om naar school te komen om de opbrengst van een projectperiode te komen bewonderen of voor hun ouders een rondleiding door de school verzorgen. Participatie van ouders en participatie van leerlingen liggen zo fraai in elkaars verlengde.

#### **Gebruik van de website?**

Analyse van de websites van scholen die participeerden in één van onze projecten rond educatief partnerschap<sup>1</sup> en bespreking van de resultaten met de scholen leidden tot de volgende aanbevelingen:

- Omschrijf op de website wat educatief partnerschap op uw school inhoudt en wat dit betekent voor ouders en school.

<sup>1</sup> Uitgevoerd door Dennis Heijns, student Radboud Universiteit.

- Stem het taalgebruik op de site af op de doelgroep.
- Maak van de site geen kunstgalerie: de functionaliteit staat voorop – de site dient een bescheiden vormgeving te kennen, zonder grote grafische beelden.
- Bied regelmatig nieuwe en actuele informatie aan. Een site die niet actueel blijkt en zelden ververs wordt, trekt niet veel publiek meer.
- Zorg voor een zinnige of verrassende inhoud.
- Vergroot de interactiviteit van de site. Dat bevordert het gebruik en de betrokkenheid van de ouders. Informatie zal ook beter worden opgenomen.
- Vragen van ouders dienen snel afgehandeld te worden. Neem een rubriek veel gestelde vragen op – dat bespaart veel moeite en de vragen bieden een handige ingang voor informatiebijeenkomsten.
- De site moet prikkels bieden die het bezoek belonen (bijvoorbeeld veel foto's) en een boodschap die zich onderscheidt van boodschappen op andere sites. Relateer de inhoud aan activiteiten van leerlingen. Voor ouders vormt de vraag 'Wat is voor mijn kind van belang?' een belangrijke invalshoek.

### Relatie tot de doelen van partnerschap

In het algemeen gesproken dient het bieden van informatie zowel het pedagogisch, als het organisatorisch en het democratisch doel. Per 'informatie-item' zal moeten worden gezien welk doel daarmee vooral gediend wordt. Zo is het pedagogisch doel aan de orde als het gaat om informatie over het individuele kind uit het leerlingvolgsysteem en het zorgadviesteam (ZAT). Het organisatorisch doel is in beeld als het gaat om informatie over mogelijkheden om als ouder het reilen en zeilen van de school te ondersteunen (bijvoorbeeld medeorganisatie van of begeleiding bij een excursie, assistentie in de mediatheek of hulp bij het lezen). Die informatie zal tevens een uitnodiging moeten bevatten om daarin te participeren. Het democratisch doel, waarbij het gaat om het kunnen meedenken en meebeslissen van ouders, staat centraal in de terugrapportage over de opbrengsten van ouderpanels of bij de distributie van agenda en verslagen van de oudervereniging en de medezeggenschapsraad. Deze informatie laat zich ook gemakkelijk plaatsen op de website.

### Relatie tot andere vormen van wederzijdse betrokkenheid

	Meeleven		Meehelpen		Meedenken		Meebeslissen	
Ouders>kind als leerling	1	X	2	X	3	X	4	X
Ouders>groep/ klas of school	5	X	6	X	7	X	8	X
School>ouders	9	(X)	10	(X)	11	(X)	(12)	

Schriftelijke informatie kan zowel meelevens als meehelpens, meedenkens en/of meebeslissens bevorderen. Een concreet doel, inhoud (goed gedoseerd en zo nodig gedifferentieerd), verpakking en het moment van verspreiding (distributie, verzorging en actualiteit, consistentie en zo nodig herhaling) zijn ook hier weer de doorslaggevende factoren.

Essentieel is goede informatie over het leren en de (brede) ontwikkeling van het individuele kind (cellen 1-4). Omdat ouders sterk van elkaar kunnen verschillen, gaat het hier bij uitstek om maatwerk. Doel van deze informatie (en de dialoog daarover) is immers dat er geleidelijk aan eenzelfde perspectief ontstaat op de ontwikkeling en de mogelijkheden van het kind.<sup>2</sup> Ook informatie op het niveau van (ontwikkelingen binnen) de groep of klas of de gehele school, waarvan de school het belangrijk vindt dat alle ouders hierover beschikken (cellen 5, 6, 7 en 8) luistert nauw. Als school zul je daarom periodiek moeten nagaan of informatie ook overkomt zoals ze bedoeld was en wat het effect ervan is. Het is dan ook niet verwonderlijk dat het interactief verstrekken van informatie toeneemt. Met een interactieve website kunnen ouders gericht om specifieke informatie vragen (cellen 1, 2, 3, 5, 6 en 7). Een school die wil weten of haar informatie overkomt, zal de ouders periodiek bevragen over de wijze van communiceren. Ze zal ook benieuwd zijn naar tips voor verbetering (cellen 3 en 7). Ervaringen die de school opdoet in de sfeer van meeleven, meehelpen en meedenken met de thuissituatie kunnen ook aanleiding vormen voor informatievoorziening (cellen 9, 10 en 11).

### **Relatie tot het traject dat school en ouders samen lopen en tot andere instrumenten**

Schriftelijke informatie speelt een belangrijke rol in alle fasen van het traject dat school en ouders lopen. Bij verschillende instrumenten voor partnerschap (intakegesprekken, informatie-avonden, oudercafé) zal de aankondiging en het verslag via papier of een site worden overgebracht.

Een goede afweging van op welk moment je welke vorm van communicatie inzet, verdient aandacht van de school. Het overladen van ouders met informatie werkt misschien wel even vervelend als te weinig informatie geven. Naast het doseren van de informatie, het differentiëren naar de verschillende doelgroepen en een geschikte keuze van het moment en de manier van distribueren, gaat het vooral ook om consistentie en herhaling.

In het voortraject kunnen ouders overspoeld worden door informatie. In deze fase zijn de site en informatie rond de dagelijkse gang van zaken op de school vooral van belang. Door verschillende producten beschikbaar te hebben, kan de informatie op het juiste moment worden gegeven. Mogelijkheden zijn:

- op de website: een specifiek deel waarin de informatie voor nieuwe ouders apart wordt weergegeven;
- in een korte tekst van een flyer of ouderfolder: een korte beschrijving van de visie, zowel waar het gaat om het leren en de ontwikkeling van kinderen op school als voor wat betreft het traject dat de school met de ouders loopt. Een belangrijk onderdeel van die laatste informatie bestaat uit de verwachtingen die de school van de ouders heeft en wat ouders van de school mogen verwachten. Ouders weten dan waaraan ze zich committeren;
- een checklist met een aantal praktische zaken: schooltijden, gymtijden, belangrijke data, mee te brengen zaken.

---

<sup>2</sup> Zie de (afzonderlijke) beschrijving van *De voortgaande dialoog over de ontwikkeling en vorderingen van het kind*.

Tijdens het hoofdtraject, wanneer de leerling en de ouders de school al wat beter kennen, zal een brede range van schriftelijke communicatiemiddelen kunnen worden ingezet:

- een nieuwsbrief per week, twee weken of maand. Deze bevat vooral concrete informatie over gebeurtenissen die binnen die periode staan te gebeuren of zijn gebeurd;
- een schoolkrant kan meer gericht zijn op ouders of op leerlingen. Wanneer de schoolkrant vooral voor de ouders wordt gemaakt, zijn handige items: achtergronden, foto's en producten van leerlingen uit projecten die zijn afgerond, bepaalde lesmethoden of keuzes voor een bepaalde manier van werken. Wanneer de schoolkrant meer is gericht op leerlingen, zal er vooral ruimte zijn voor zaken die door de leerlingen zijn gemaakt, inclusief bijvoorbeeld 'roddels', verjaardagen en feesten;
- bij speciale gebeurtenissen of meer formele zaken (als lesuitval, ziekte, ouderbijdrage) wordt op de meeste scholen een brief meegegeven of opgestuurd;
- de website functioneert steeds meer als dé plek waar alle relevant informatie – overzichtelijk gerubriceerd – te vinden is. Voor ouders is er vaak een eigen deel op een schoolsite te vinden, hetzij op het openbare deel, hetzij op het intranet;
- e-mail: voor klassen- of contactouders is dit bijvoorbeeld een snelle manier om de ouders van een bepaalde klas te bereiken.

In het natraject gaat het vooral om overgangsinformatie en de aansluiting met het vervolgonderwijs. Dit laatste geschiedt soms schriftelijk, met bijdragen van onderwijsgevend en ex-leerlingen die nu in het vervolgonderwijs zitten. Belangrijke schriftelijke informatie is ook de uitnodiging voor een exitgesprek of een exit(vragen)formulier.

## **Aan de slag**

### *Initiatief*

Het initiatief voor het verstrekken van schriftelijke informatie wordt doorgaans genomen door de schoolleiding of het team. Schoolleiding of team behouden wel de eindverantwoordelijkheid voor informatie namens of vanuit de school.

### *Vorbereidingsgroep*

Stel voor het uitlijnen of coördineren van communicatie- en informatiestromen of het ontwikkelen van nieuwe instrumenten een voorbereidingsgroep in. De samenstelling van de groep is afhankelijk van de opdracht, maar in het algemeen dient de groep korte lijntjes te hebben naar directie, team, mentoren, ouders, leerlingen of anderen. Dat kan in de samenstelling van de groep tot uitdrukking komen dan wel in de bevraging van of terugkoppeling naar die groepen. Zo kunnen verschillende visies en wensen met elkaar in verband worden gebracht. Belangrijk is een (voortdurende) check op het 'overkomen' van de informatie. Belangrijke aandachtspunten zijn het doseren, differentiëren en distribueren van de informatie evenals de eerder genoemde andere kritische succesfactoren.

De volgende werkzaamheden kunnen planmatig worden opgepakt:

- inventariseren van wanneer welke schriftelijke informatie door wie naar wie wordt verstuurd. Komen tot een overzicht;
- voeren van een gesprek met de verschillende betrokkenen over de geïnventariseerde vormen van schriftelijke informatieverstrekking. Het doel hiervan is te komen tot een afgewogen plan voor de toekomst waarin doseren, differentiëren en distribueren optimaal vorm krijgen ;
- uitwerken van het plan in concrete vormen van communicatie en formuleren van ijkpunten of criteria waaraan deze dienen te voldoen (denk hierbij ook aan de kritische succesfactoren). Belangrijk is ook het aanwijzen van verantwoordelijken (eigenaren) voor elk van die vormen. Ook de (eind)redactie moet goed worden geregeld.

### *Evaluatie en bijstelling*

Elk jaar wordt het geheel van de geboden schriftelijke informatie geëvalueerd. Vragen die daarbij een rol spelen zijn de volgende.

- Worden alle ouders bereikt met de voor hen bestemde informatie en zo niet, waar ligt dat aan en wat is er voor nodig om dit wel te bereiken?
- Levert de verstrekte informatie inderdaad een bijdrage aan een versterking van de wederzijdse betrokkenheid? Dit is te toetsen door de aanwezigheid van ouders bij bepaalde gebeurtenissen, de mate van ouderbetrokkenheid bij organisatorische zaken bij te houden of het aantal vragen dat ouders stellen, af te zetten tegen die betrokkenheid in een voorgaande periode.
- Hebben de gekozen vormen en de verspreidingsmomenten een goede plek in het hele traject dat school en ouders doorlopen?
- Hebben de verschillende 'eigenaars' hun verantwoordelijkheid voor het instrument genomen en zijn afspraken rond de voorbereiding, de uitvoering en het natraject nagekomen?
- Waren de voorwaarden vervuld of is parallel aan de uitvoering voldoende aandacht gegeven aan de voorwaarden?
- Tot welke opmerkingen en aanpassingen leiden de voortgangsbesprekingen en tot welke afspraken leidt dit?
- Hoe wordt een relatie gelegd met het (algehele) kwaliteitssysteem (kwaliteitszorg c.q. kwaliteitsbeleid) van de school? Zo kan bij de periodieke oudertevredenheidsonderzoeken worden gevraagd of de ouders zich voldoende geïnformeerd voelen door de school, welke tips zij hebben en hoe ze zelf een rol kunnen en willen spelen.
- En waar het gaat om specifieke instrumenten: is er nog steeds sprake van een aantrekkelijk instrument?

Naast een evaluatie gericht op knelpunten die zich hebben voorgedaan en mogelijkheden voor oplossingen, werkt het voor de voorbereidings- en uitvoeringsgroep enthousiasmerend om de evaluatie ook te richten op 'pareltjes' in de schriftelijke communicatie. Wat werkte goed (wat gaf bijvoorbeeld een geweldige opkomst van ouders), waar is snel door de school gereageerd en met welke informatie waren ouders blij? Van deze 'toppers' kan ook worden geleerd.

Een goede borging van de kwaliteit van de uitvoering behoort tot de eindverantwoordelijkheid van de afdelings- of schoolleiding. Periodieke herhaling van evaluaties en dergelijke blijft nodig om kwaliteit te kunnen blijven leveren.

### **Samenvatting: wat zijn de goede dingen en wanneer doen we die goed?**

Om als ouders een goede partner te kunnen zijn, is goed geïnformeerd zijn een essentiële voorwaarde. De school draagt daarvoor de verantwoordelijkheid. Het is de eigen verantwoordelijkheid van ouders deze bronnen ook te raadplegen en te gebruiken, maar dat ontslaat de school niet van de toenemende noodzaak om maatwerk te leveren.

Kritische succesfactoren zijn:

- heldere doelen voor informatie en communicatie en geschikte middelen;
- goed doseren van informatie;
- differentiëren in de informatie voor verschillende doelgroepen;
- de keuze van het moment en de manier van distribueren;
- een goede verzorging van de informatie;
- onderhouden en actueel houden van beschikbare informatiebronnen;
- consistentie (geen tegenstrijdigheden) en herhaling (van belangrijke boodschappen).

Zoals met vrijwel alle activiteiten die zich afspelen in en rond de relatie tussen ouders en school bepaalt de beleving die ouders hebben bij de gekregen informatie of ze er de volgende keer weer gebruik van maken.

### **Bron**

Beek, S., A. van Rooijen & C. de Wit (2007). *Samen kun je meer dan alleen. Educatief partnerschap met ouders in basis- en voortgezet onderwijs*. Den Haag: Q\*Primair; 's-Hertogenbosch: KPC Groep