

Kiezen of delen? Een aanpak voor het nemen van een teambesluit

Rating & Ranking

Het is maandag half vier. Het team van De Tol vergadert over de keuze voor een nieuwe rekenmethode. Enkele teamleden hebben het nodige voorwerk gedaan, want het is een belangrijk teambesluit. De school zal de nieuwe methode immers tien jaar gebruiken. De visie op het rekenonderwijs is daarom duidelijk op papier gezet en de wensen rondom de nieuwe rekenmethode zijn geïnventariseerd. Verder volgens zijn er drie zichtzendingen aangevraagd en met elke methode hebben de collega's een aantal proeflessen gegeven.

Nu is daar het moment: kiezen. Welke methode wordt het? Cor, de schoolleider, schuifelt nog wat nerveus op zijn stoel. Het zal erom spannen. De meningen lijken verdeeld en het zal niet gemakkelijk zijn om de onder- en bovenbouw op één lijn te krijgen. Sofie, de juf van groep 3, is nogal uitgesproken in haar mening: rekenen moet vooral betekenisvol en uitdagend zijn. Karel van groep 7 vindt dat kinderen te weinig getraind worden in oplossingsstrategieën. Voor hem hoeven al die plaatjes en spelletjes niet zo.

Rating & Ranking

Soms worden op scholen ingrijpende besluiten genomen. De jaarlijkse groepsverdeling of de aanschaf van een lesmethode zijn hier mooie voorbeelden van. Vaak kan er gekozen worden uit verschillende opties. En voor elke optie is wel iets te zeggen. Maar wat is nu de beste keus? En hoe zorgt u ervoor dat een besluit kan rekenen op brede instemming van het team? Werken met de scoringsmatrix van de Rating & Ranking-techniek kan in dit soort situaties heel zinvol zijn en weerstand voorkomen.

Hoe werkt het?

Bij deze werkwijze neemt u uw team mee in een eerlijke, geobjectiveerde werkwijze. Iedereen kan zijn zegje doen en zijn oordeel laten meewegen, ook de collega's die misschien niet zo gemakkelijk op de voorgrond treden.

Stel, u heeft de keuze uit drie opties (bijvoorbeeld lesmethode A, B of C).

De werkwijze is dan als volgt:

1. Bepaal samen met de groep de criteria die van belang zijn voor het nemen van een besluit. Zie erop toe dat de criteria goed passen bij de visie van de school. Het kan hier gaan om zaken als:
 - Biedt de methode differentiatiemogelijkheden?
 - Is het materiaal aantrekkelijk voor onze leerlingen?
 - Biedt de methode ICT-mogelijkheden?
2. Haast u niet; er mag geen misverstand zijn over de interpretatie van de criteria. Spreek ze allemaal goed door en noteer ze zo duidelijk als nodig is in de matrix. Dan krijgt u een beeld als in figuur 1.
3. Vraag de teamleden om op een tienpuntsschaal het belang van het criterium aan te geven. Hoe zwaar mag het criterium meewegen in de uiteindelijke beoordeling? U neemt het gemiddelde van alle scores. Dat wegingsgetal komt in de matrix onder 'weging' te staan. Differentiatie telt in dit voorbeeld dus het zwaarst.
4. Ken de scores toe, per methode en per criterium, ook weer door de individuele scores te middelen. Hoe hoog scoort methode A op het criterium Differentiatie? En methode B? In dit voorbeeld zien we dat het team methode A gemiddeld een 7 geeft op het criterium Differentiatie, terwijl methode B een score 4 krijgt, et cetera.

Tekst:
drs. Theo Wildeboer

5. Vermenigvuldig de weging met de gemiddelde teamscore per criterium en noteer de totalen per methode. U ziet nu welke methode de hoogste score krijgt. In dit voorbeeld komt methode C er het beste uit.

Tip

Het is belangrijk om de criteria die betrokken worden in het keuzeproces goed te omschrijven. Heeft iedereen hetzelfde beeld bij termen als 'differentiatie' of 'aantrekkelijke vormgeving'? Schrijf de begrippen eventueel uit en vraag de teamleden of zij zich in de definitie kunnen vinden.

We zijn minder rationeel dan we denken

Het 'halo-effect' is er een van de oorzaken van dat mensen soms irrationele besluiten nemen. In de reclame-industrie wordt hier zelfs heel slim gebruik van gemaakt. Denk eens aan zongerijpte sinaasappelen. Een stralende verpakking met een mediterrane zon en weelderige bomen met helderoranje vruchten roept associaties op met sappigheid, warmte en vakantiesfeer. En deze kwaliteiten beïnvloeden op hun beurt niet alleen ons koopgedrag, maar ook onze smaakbeleving!

Kennis van het halo-effect helpt ons om meer onbevooroordeeld te oordelen. Als we bijvoorbeeld een selectiegesprek moeten voeren, is het goed om te weten: één opvallende goede eigenschap kleurt gemakkelijk de hele persoon positief. Of wanneer we een werkstuk nakijken: een net handschrift leidt sneller tot een betere beoordeling.

Lees meer: Sutherland, S. (2010), *Irrationaliteit*, Amsterdam: Nieuwezijds.

Figuur 1 Scoringsmatrix

Criteria	Weging	Methode A	Methode B	Methode C
Differentiatie	9	7 x 9 = 63	4 x 9 = 36	8 x 9 = 72
Aantrekkelijke vormgeving	8	6 x 8 = 48	7 x 8 = 56	6 x 8 = 48
ICT-mogelijkheden	7	7 x 7 = 49	8 x 7 = 56	8 x 7 = 56
Totaal		160	148	176

Op www.magico.nu/slim vindt u enkele uitgewerkte voorbeelden van de Rating & Ranking techniek.



De Rating & Ranking-techniek is één van de 50 technieken die beschreven worden in het boek *Slim! 50 managementtechnieken om uw school te leiden*.

Uitgever: Leuker.nu
Prijs: € 34,95
Omvang: 192 pagina's
ISBN: 978-94-91769-00-9

Een voorbeeld van het boek kunt u bekijken op www.leuker.nu.

Cadenza Onderwijsconsult verzorgt trainingen en coaching voor schoolleiders over de managementtechnieken uit het boek, zie www.cadenza-oc.nl/leiderschapontwikkeling/.