

## ИНФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП О РЕЗУЛЬТАТАХ ОЦЕНКИ УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ

серия

«Дайджест учебных материалов Российского тренингового центра»

выпуск №2 , октябрь 2011

Дайджест подготовлен на основе учебных материалов курса «*Информирование различных целевых групп о результатах оценки учебных достижений школьников*» (27-30 сентября 2011 года). В основу содержания курса легли материалы и международный опыт, представленные международным экспертом в области оценки качества образования, грамотности молодёжи и взрослых Скоттом Мюрреем (президент компании DataAngel Policy Research Inc., Канада).

### Основные источники

Murray, T.S. (2004) *Achieving Maximum Impact: A Guide for Managers of National assessment Systems*, Statistics Canada, Ottawa.

Kellaghan, T., Greaney, V. and Murray, T. S. (2009) *Using the results of a national assessment of educational achievement*, The World Bank, Washington, D.C.

### СОДЕРЖАНИЕ

2	Признание результатов программ оценки
2-4	Группы пользователей данных программ оценки
5	Направления использования данных
5-7	Информационные продукты и услуги
8-9	Разработка стратегии распространения информации
10-11	Разработка коммуникационной стратегии
12	Как писать для СМИ
13-14	Кейс Чувашской Республики

## Признание результатов программ оценки

Успешность любой программы оценки учебных достижений школьников зависит от степени её влияния на образовательную политику. Добиться такого успеха возможно только в том случае, если результаты программы оценки широко признаны (им доверяют) и используются.

Признание результатов в значительной степени зависит

- от научных достоинств программы оценки, среди которых теоретически обоснованная методология исследования, гарантирующая способность оценивать желаемые образовательные результаты;
- от открытости и прозрачности процесса проведения исследования, от высоких стандартов правил и процедур, регламентирующих реализацию программы оценки;
- от полезности ряда продуктов и услуг, которые разработаны командой специалистов для удовлетворения информационных потребностей широкого спектра пользователей.

*Результаты исследования нуждаются в преобразовании из их начальной, технической формы, понятной только группе узких специалистов, в формат, доступный для широкого круга технически не подготовленных пользователей.*

На протяжении всего периода разработки инструментария, сбора и анализа данных, составления и распространения итоговых отчётов должна поддерживаться постоянная связь со всеми заинтересованными сторонами – органами управления образованием, руководством школ, представителями учительского сообщества, специалистами системы подготовки и повышения квалификации педагогических кадров, родителями и учащимися. Все они должны прийти к консенсусу относительно общих целей программы оценки и быть своевременно проинформированы о наиболее значимых её результатах.

Умение проводить взвешенную информационную политику, интерпретировать результаты оценки качества образования и доводить их до представителей заинтересованных сторон является неотъемлемой частью любой программы оценки учебных достижений. От этого зависит её успех или неудача.

## Группы пользователей данных программ оценки

Пользователи и их техническая компетентность

Потенциальные пользователи данных программ оценки многочисленны и необычайно разнообразны в их способности делать выводы на основе сложных статистических данных. Их можно условно классифицировать по следующим пяти категориям:

- опытные пользователи высокой квалификации, которые способны проводить начальный многоуровневый и многовариативный статистический анализ;
- пользователи средней квалификации, которые способны проводить начальный сравнительный и описательный анализ;
- пользователи с базовой квалификацией, которые обладают начальными знаниями в области анализа результатов и используют данные из опубликованных отчётов для создания новых информационных продуктов;
- обычные пользователи, не имеющие специальной подготовки, которые используют выводы и заключения, извлечённые из опубликованных источников;
- неподготовленные пользователи, которые используют только стилизованные факты, извлечённые из опубликованных источников.

### Ключевой вопрос

*Каким образом обеспечить максимальное использование результатов оценки образовательных достижений школьников всеми заинтересованными сторонами?*

Все эти категории необходимо учитывать, понимая, что информационные продукты и услуги, созданные национальной исследовательской командой, должны напрямую поддерживать каждую из этих категорий пользователей.

### Информационные потребности ключевых групп пользователей

*Учащиеся* нуждаются в информации, отражающей их личный прогресс и учебные потребности. Они, как правило, имеют очень ограниченную подготовку в области статистики, но имеют высокие стимулы понимать и разбираться в этой информации.

*Учителя* нуждаются в информации, чтобы судить о прогрессе конкретных учащихся и чтобы регулировать процесс обучения. Учителя, как правило, не имеют хороших навыков в использовании статистической информации. Многие из них не имеют высоких стимулов для систематического поиска и применения статистической информации.



*Родители* нуждаются в информации, чтобы следить за прогрессом собственных детей, решать, необходимо ли вмешиваться в деятельность школы или в процесс учения своего ребёнка. Большинство родителей имеют очень ограниченные статистические навыки, но высокие стимулы понимать и разбираться в этой информации.

*Граждане* нуждаются в информации, чтобы судить, обеспечивает ли образовательная система достижение значимых для них социальных, образовательных, здоровьесберегающих и экономических целей и делает ли она это результативно и эффективно. Большинство граждан имеют очень ограниченные статистические навыки, незначительный интерес к деталям и нюансам – они хотят и нуждаются в наборе стилизованных фактов о достижениях системы образования.

*Администраторы системы образования* (администраторы образования муниципального, регионального и национального уровней, администрация школ и руководители методических объединений, представители школьных общественных органов управления) на различных уровнях нуждаются в информации о достижениях учителей в конкретных образовательных областях и о достижениях специфических групп учащихся (этнические меньшинства, мигранты, дети с ограниченными возможностями и т.п.) для регулирования приоритетов преподавания, формирования учебного плана, для формулирования целей подготовки учителей, разработки программ коррекции, демонстрации достижений родителям, вышестоящему начальству и аргументирования необходимости выделения дополнительных ресурсов. Эти специалисты, как правило, признают достаточно удобным использование статистических данных, но имеют мало времени для самостоятельного проведения начального анализа.

*Профессиональные союзы*, представляющие коллективные интересы учителей, директоров и школьных советов, нуждаются в информации для защиты интересов своих членов. Они могут быть агентами влияния как за, так и против изменений. Союзы имеют доступ к знаниям и экспертному потенциалу в области статистики, а также высокие стимулы использовать информацию для поддержки своих позиций.



*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. Большинство общественных лидеров имеют очень ограниченные навыки количественного анализа, но обычно могут получить доступ к тому, что им необходимо.

*Преподаватели образовательных учебных заведений*, ответственные за подготовку новых учителей, нуждаются в информации о результатах использования современных подходов подготовки учителей, учебного плана и преподавания. Как правило, эти люди обладают статистическими знаниями, необходимыми для использования данных оценки.

*Неправительственные организации и исследовательские институты* нуждаются в информации для отслеживания тенденций в образовательных результатах и для доказательства необходимости структурных и политических изменений. Представители этих организаций имеют различный уровень навыков для работы со статистическими данными.

*Государственные деятели и политики* в различных национальных министерствах нуждаются в информации для нескольких целей:

*Министры труда и их сотрудники* нуждаются в информации, чтобы понимать качество подготовки специалистов и на этой основе делать оценку потребностей в подготовке кадров для рынка труда.

*Министры культуры и их сотрудники* нуждаются в информации, чтобы понимать позиции языковых и культурных меньшинств при использовании как официального языка, так и языка меньшинств.

*Министры здравоохранения и их сотрудники* нуждаются в информации, чтобы понимать взаимосвязь получаемых навыков и здоровья населения.

*Министры социального развития и их сотрудники* нуждаются в информации, чтобы понимать роль, которую играют знания и навыки в формировании социального неравенства в экономических, образовательных, социальных и других результатах.

Как правило, политики не имеют ни высоких навыков количественного анализа, ни интереса делать такой анализ самим. Обычно они хотят иметь стилизованные факты, подготовленные их собственными специалистами.



*Средства массовой информации* – печатные и телевидение, прежде всего – играют центральную роль в распространении результатов любых программ оценки обучения, поскольку они являются средством, при помощи которого первостепенная информация достигает многих пользователей. Поэтому следует очень скрупулёзно и внимательно прорабатывать стратегии взаимодействия со СМИ и использования их потенциала.

#### Сторонники и оппоненты программы оценки

Системы оценки обладают способностью порождать «победителей» и «проигравших». В итоге различные группы пользователей будут предрасположены поддерживать программу оценки (или поступать ровно наоборот) в зависимости от того, как они воспринимают свои коллективные риски.

Основываясь на предрасположенности пользователей по отношению к данным оценки, их можно распределить в одну из пяти категорий. Это те, кто

- являются сторонниками (твёрдо уверены в пользе данных оценки или верят в полезность данных оценки);
- держат нейтралитет или пока сомневаются относительно пользы данных оценки;
- находятся в активной оппозиции и не верят в пользу данных оценки.

С точки зрения информирования и обеспечения эффективной коммуникации результатов исследовательская команда, проводящая оценку, должна преследовать следующие цели:

- сохранять доверие тех пользователей, кто изначально поддерживает проведение программы оценки;
- завоевывать поддержку дополнительных пользователей, кто может занимать нейтральную позицию или быть в умеренной оппозиции;
- обращаться к интересам явных оппонентов, используя сбалансированные и нейтральные способы во всех публикациях и анализах, связанных с оценкой.

## Направления использования данных

### Использование данных в административных целях

Способы употребления данных оценки многочисленны и разнообразны. Они могут быть разделены на две категории – использование в административных целях и не в административных целях.

*Административные* способы - это те, которые используют данные для принятия решений, имеющих прямое влияние на человека – будь он школьник (студент), учитель или руководитель.

Эти способы также могут быть разделены на две категории:

- использование для непосредственного образовательного употребления – данные используются для определения проблем в обучении и мер по их преодолению для отдельных студентов;
- использование для выявления уровня достигнутой квалификации школьников (студентов) или сертификации, которая имеет некоторую образовательную, социальную или трудовую рыночную стоимость.

Административные способы включают использование результатов оценки для формирования программ поддержки отдельных студентов или определения дополнительных ресурсов для отдельных школ.

### Использование данных в не административных целях

*Не административные* способы использования - это те, которые не имеют непосредственного отношения к решениям относительно конкретного человека, но имеют влияние на решения относительно групп людей. Они не оказывают прямого влияния на решения относительно отдельных людей в короткой перспективе, но могут иметь сильное влияние на результаты в долгосрочной перспективе из-за их воздействия на политику, финансирование или практику.

Не административные способы использования данных могут быть классифицированы в рамках модели, которая включает следующие направления:

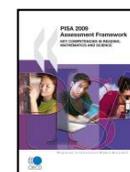
- для формирования политики и разработки программ, т.е. для установления причин и масштаба обнаруженных проблем, соответствующих приоритетов и действий, стоимости бездействия и ключевых действий, способных улучшить ситуацию;
- для наблюдения за индикаторами результатов и определением каких-либо непредвиденных отклонений от установленных тенденций или взаимосвязей;
- для оценки влияний определённой политики и/или программ предпринятых действий.

## Информационные продукты и услуги

### Информационные активы

В ходе реализации программы оценки формируются следующие информационные ресурсы (активы):

- спецификация (assessment framework), которая создаётся для формирования дизайна программы оценки;
- банк заданий, которые используются, чтобы оценить умения и помочь в интерпретации значений результатов;
- результаты оценки умений школьников, обычно представляемые как средний балл или доля учащихся, достигших различных уровней умений и навыков;
- характеристика выборки исследования, подготовленная на основе вопросников, содержащих фоновую информацию и собранных при проведении оценки или отдельно от неё;
- данные о взаимосвязи умений школьников и фоновых характеристик;
- образцы (примеры) ошибок для отдельных заданий, используемых при оценке;
- стандарт, по отношению к которому будут выноситься суждения об оценённых умениях;
- набор фактических данных оценки.



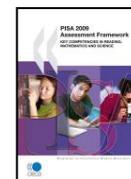
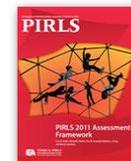
Каждый из указанных активов может использоваться различными способами. Ниже дадим примеры того, как некоторые из этих активов могут быть преобразованы в информационные продукты и услуги.

### Пример 1. Спецификация теста.

Спецификация представляет собой научное основание для проведения оценки и, как правило, включает ключевые аспекты дизайна теста: цели теста; содержание материала, отобранного для оценки; факторы, определяющие сложность теста; диапазон трудности, который будет охвачен тестом; время выполнения теста; сочетание типов заданий, которые будут включены в тест; система оценки и др.

*Соответствующие информационные продукты и услуги*

1. Отчёт, который делается публично доступным до выпуска результатов оценки. Ранняя публикация отчёта направлена на предотвращение критики, связанной с прозрачностью программы оценки.
2. Презентации. Везде, где только это возможно, должны быть сделаны презентации для ключевых групп с целью демонстрации открытости процесса разработки оценки и её научной полноты.
3. Рецензии. Необходимо позаботиться о получении экспертных рецензий на спецификацию. Авторитетные мнения могут помочь противостоять любой отрицательной реакции на результаты оценки после публикации данных.



### Пример 2. Банк заданий.

Банк - собрание заданий, разбитых на категории в соответствии с их характеристиками (например, тип задания, тема, оцениваемый навык, уровень сложности и т.д.). Где только это возможно, национальные/региональные исследовательские команды должны привлекать учителей для разработки заданий теста. В результате среди заинтересованных субъектов появятся группы хорошо осведомлённых и поддерживающих оценку людей, что будет способствовать её успеху.

*Соответствующие информационные продукты и услуги*

1. Образцы заданий. Образцы заданий должны быть отобраны и сделаны доступными вместе со спецификацией всем заинтересованным не техническим пользователям, чтобы они поняли истинную суть задач оценки.
2. Задания, которые не имеют прямой связи с замыслом оценки, должны быть предоставлены исследователям для изучения или для использования в их собственных научно-исследовательских работах при условии, что они будут держать эту информацию в секрете. Такие меры увеличат число исследователей, которые примут участие в программе оценки и, скорее всего,



### Подготовка национального отчёта

Национальный отчёт является наиболее явным и наиболее полезным из всех продуктов, которые могут быть подготовлены на основе данных программы национальной оценки. И всякая подобная программа нуждается в наличии такого продукта.



Хорошо разработанный национальный отчёт имеет несколько целей. Среди основных целей можно указать следующие:

- описание задач, которые были достигнуты за счёт программы оценки, а также того, что было измерено;
- предоставление читателям понимания того, как инструментарий оценки был разработан;
- обоснование, почему важно то, что было измерено;
- пояснение, как и когда были собраны данные;
- объяснение, как результаты достижений учащихся были обобщены;
- описание источников ошибок, которые имеют место, и того, как эти ошибки влияют на интерпретацию результатов и их использование;
- представление полного распределения результатов достижений учащихся и того, как достижения варьируются среди различных групп учащихся;
- рассмотрение факторов, которые оказывают влияние на результаты достижений учащихся;
- определение, где это возможно, тенденций и закономерностей в результатах достижений учащихся;
- формулирование сбалансированных выводов о возможных последствиях для образовательной политики;
- предоставление подробных статистических таблиц для проведения вторичного анализа.

## Виды политических вмешательств

На основании отчёта следует проводить анализ, который будет проливать свет на реализуемые реформы и изменения в образовании. Можно определить несколько видов политических вмешательств (действий), для каждого из которых необходим свой тип анализа и управления представлением данных.

*Универсальные вмешательства*, которые предназначены для улучшения результатов обучения всех учащихся независимо от их персональных характеристик. Как пример можно указать улучшение методов преподавания, повышение зарплаты всем учителям, усовершенствование учебного плана.

*Целевые вмешательства* принимают несколько различных форм, зависящих от критериев, используемых для определения целей образовательной политики:

*Вмешательства, направленные на учебные достижения.* Они выявляют детей со специальными образовательными потребностями, основываясь на данных оценки, и предоставляют этим детям специальные услуги. Это могут быть программы ранней профилактики, программы коррекции и восстановления, стандарты завершения этапов обучения или повторного обучения.

*Вмешательства, связанные с социально-экономическим статусом (СЭС) учащихся.* Эти вмешательства напрямую предназначены для влияния на когнитивные результаты учащихся с низким СЭС. Это могут быть программы, которые уменьшают изоляцию и исключение таких детей.

*Компенсующие или уравнивающие вмешательства.* Эти вмешательства предполагают не прямое влияние на когнитивные результаты учащихся. Среди них программы школьного питания, программы предоставления финансовых средств семьям.

*Вовлекающие вмешательства.* Эти вмешательства предлагают родителям возможность выбора школы. Это могут быть, например, именные ваучеры.

## Разработка стратегии распространения информации

Создание информационных продуктов и услуг – это только часть процесса, гарантирующего, что аналитические результаты достигнут желаемой аудитории. Вторым шагом является разработка стратегии распространения информации (диссеминационной стратегии) среди целевых групп. Разработка диссеминационной стратегии включает:

- определение первичных и вторичных способов распространения информации, которые будут использованы для каждого продукта и услуги;
- определение шагов, которые будут предприняты и будут гарантировать, что ключевые пользователи и адресаты узнают об имеющихся продуктах и услугах.

Первичные способы распространения продуктов и услуг

Информационные продукты и услуги могут быть доведены до потенциального потребителя посредством нескольких каналов, включая:

- печатные отчёты;
- электронные отчёты, которые могут быть расположены в Интернет или храниться на CD, дискетах и картах памяти;
- радио;
- телевидение;
- мультимедийные продукты.



### Пример 3. Телевидение.

Телевидение из всех СМИ имеет самый большой охват и самое сильное влияние на массовую аудиторию. Оно является уникальным способом информирования, так как воздействие на зрителя осуществляется сразу по двум важнейшим каналам - движущиеся образы и звук.

Но используемые при телевизионном вещании информационные сообщения, как правило, гораздо короче, чем в продуктах на печатной основе. Информация может быть наглядно запечатлена в телевизионных продуктах, но большинство сообщений должны быть тщательно сокращены до небольшого размера. Множество важных нюансов зачастую оказываются потерянными при этом процессе.

Каналы вторичного распространения

Кроме каналов первичного распространения необходимо использовать и дополнительные каналы, которые помогают представлять в обобщённом виде информацию, полученную из подробных первичных информационных продуктов (например, из полных отчётов о результатах исследований). Эти продукты включают:

#### Реклама

Эффективная диссеминационная стратегия состоит в распространении полезных и важных информационных сообщений всему списку ключевых пользователей. В самом простом виде они могут принимать форму сообщений электронной почты или обычных писем. Более сложные сообщения могут включать резюме из полученных ключевых данных, вплоть до включения копии полного отчёта в любую версию сообщений – электронную или бумажную.



#### Внутренние брифинги

Команда образовательного оценочного исследования должна уделять часть своего времени для подготовки брифингов для ключевых внутренних целевых групп, в особенности для высокопоставленных чиновников и политиков. Представители этих групп редко имеют интерес к чтению полных отчётов, скорее они должны знать, какие самые важные результаты получены и каким коммуникационным проблемам (в общении с прессой, представителями широкой общественности) они должны быть готовы противостоять после публикации результатов.

В большинстве случаев чиновники и политики нуждаются только в самых общих технических деталях по поводу того, как данные были собраны и проанализированы.

### *Внешние брифинги*

Внешние брифинги схожи с внутренними, но, как правило, отличаются от них по трём важным основаниям:

- они исключают любые обсуждения коммуникационных проблем, возникающих на основе полученных данных;
- они включают больше информации относительно того, как данные были собраны;
- они представляют более широкий диапазон фактических результатов.



Соответствующие продукты обычно имеют форму PowerPoint презентаций, которые доступны в электронной и бумажной формах, а также форму речей и выступлений, произнесённых политиками и высокими государственными чиновниками.

### *Пресс-релизы, пресс-конференции и материалы для прессы*

Исследовательским командам необходимо готовить пресс-релиз в связи с выпуском каждого информационного продукта. Также важно проводить пресс-конференцию, на которую приглашаются журналисты и другие заинтересованные лица. Для пресс-конференции рекомендуется готовить набор материалов для прессы с целью поддержки выпуска текста продукта. Материалы для прессы часто содержат ту же информацию, что и материалы, подготовленные для внешних брифингов, но также включают серию вопросов и ответов по наиболее часто задаваемым вопросам, например, таким, как «Сколько стоит программа оценки?».



### *Интервью с журналистами: телевидение, радио и печать*



Открытые пресс-конференции рискованны. Менее рискованный способ заручиться поддержкой журналистов различных СМИ – это провести с ними интервью. Нужно внимательно подходить к приглашению журналистов для интервью, чтобы избежать обвинений в фаворитизме или сильной подконтрольности.

### *Публицистические статьи*

Действенный способ привлечь внимание к результатам оценки и при этом контролировать выход в СМИ нужных сообщений – это опубликовать необходимый текст на тех страницах печатных СМИ, на которых обычно печатаются статьи публицистического характера, выражающие точку зрения их автора. Такие небольшие тексты пишутся, чтобы донести ключевую информацию до широкой публики (а не до узких специалистов), и могут включать интерпретации результатов и рекомендации для выработки политики.

### *Статьи (дополнения) в бюллетени*

Простой и эффективный способ достичь ключевой целевой группы - это вставить материал в существующие информационные бюллетени. Например, можно обратиться к учителям и школьным руководителям через бюллетени их союзов или профессиональных ассоциаций. Такой материал (статьи или краткая информация) может принимать форму простого рекламного объявления или краткого описания полученных в ходе исследования данных.

### *Конференции и симпозиумы*

Конференции и симпозиумы представляют собой механизм информирования о доступных результатах исследования и основных обнаруженных фактах представителей целевых групп наиболее полным и детальным способом.



Заключительный шаг, обеспечивающий максимальное влияние результатов оценки, включает разработку коммуникационной стратегии.



*Цель коммуникационной стратегии состоит в тщательном управлении первым впечатлением пользователей относительно того, что особенного конкретный информационный продукт может им предложить.*

Любая коммуникационная стратегия должна учитывать следующие аспекты:

- достижение соглашения по количеству и содержанию ключевых сообщений о результатах оценки, которые будут последовательно и единообразно озвучиваться официальными спикерами (при выступлении политиков и чиновников);
- предвидение вопросов, которые будут задаваться представителями СМИ и заинтересованных сторон, и подготовка стандартных ответов для них;
- предвидение того, как журналисты и интересующиеся группы будут пытаться исказить ключевые сообщения, и продумывание стратегий для борьбы с такими попытками;
- разработка механизмов наблюдения за подготовкой отчётов о результатах исследования для широкой публики и конкретных лиц (например, для министра образования), регулирования процесса обмена сообщениями, где это необходимо, и реагирования на случаи неправильного использования данных в реальном времени.

Первый шаг при разработке коммуникационной стратегии состоит в «переваривании» большого числа разнообразных данных в несколько ключевых сообщений (выводов), которые могут быть последовательно и единообразно выражены всеми ключевыми спикерами (людьми, которые будут доносить эти выводы через свои выступления) и которые будут отражены во всех итоговых документах типа пресс-релизов.

Если вы сумели заинтересовать потребителей, то следующий шаг – это гарантировать, что они получают ясные и не узко технические ответы на любые вопросы, которые у них могут возникнуть относительно того, что значат основные полученные данные, а также на стандартные вопросы журналистов: кто, что, когда, где, почему, как и сколько.

Эти ответы должны быть подготовлены заранее, проверены на техническую правильность и точность, проверены нетехническими специалистами (чтобы понять, ясны ли ответы широкой аудитории) и отрепетированы всеми официальными выступающими до выпуска релизов этих продуктов.

Реагирование в режиме реального времени предполагает наличие механизма, при помощи которого можно отследить реакции на результаты исследования. Исследовательские команды фактически должны иметь две параллельные системы мониторинга – одна для наблюдения за реакцией на представленные данные и продукты со стороны широкой публики, а другая – за реакцией отдельных конкретных лиц.

*Если процесс обмена информацией спроектирован и управляется неумело, то тем самым вы предоставляете пользователям свободу выносить свои собственные суждения по поводу качества и полезности для них продуктов и услуг. А это крах вашей стратегии. Нужно научиться формировать позитивное отношение потребителя к вашим услугам.*

Мониторинг общественного мнения может быть осуществлён несколькими путями. Прежде всего, можно приобрести услуги по изучению ключевых СМИ и упоминаний в них соответствующей информации, которые носят название медиа-мониторинг. В результате вы сможете получить детальный отчёт, подготовленный профессиональной компанией, специализирующейся в этой области. Гораздо более дешёвый способ – это иметь в команде сотрудника, который будет самостоятельно отслеживать всю эту информацию.



Мониторинг индивидуальных мнений и реакций - это более сложная задача, но зачастую гораздо более важная. Этот мониторинг лучше всего выполнять через личную коммуникацию с несколькими ключевыми пользователями – по телефону или лично, чтобы была возможность проводить искренний и открытый обмен мнениями. У вас могут быть большие неприятности, если ваш Министр недоволен отсутствием данных (и продуктов) или тем, что они ему кажутся неадекватными. То же самое можно сказать и в отношении руководителя учительского профсоюза и ключевых чиновников в вашем министерстве. Составьте список этих ключевых фигур и удостоверьтесь, что вы знаете, довольны ли они и, если нет, чем они обеспокоены.



Информация из обоих источников должна рассматриваться и обсуждаться систематически и с регулярными интервалами – с высокой частотой в период, следующий сразу за выпуском ключевых информационных продуктов и менее часто после этого. Цель работы по рассмотрению такой информации состоит в том, чтобы видеть, как ключевые сообщения воспринимаются потребителями, как они могут быть приспособлены под нужды конкретных сторон и насколько быстро можно предотвращать возникающие ошибки в фактах.

Руководители исследовательской команды должны определить конкретного специалиста, который будет управлять всей этой деятельностью.

В начале статьи должны быть ответы на вопросы:

- Как излагаемая история влияет на жизнь читателя?
- Как она влияет на те истории, которые могут повлиять на его жизнь?
- Почему история интересна читателю?

*Борьба с профессионализмом*

- Узкий специалист перестает быть понятным.
- Читатель не в курсе всех тонкостей, он не следит за развитием событий.
- Надо объяснить, что происходит и почему это важно.

### Информационный повод или история?

*Результаты исследования – это инфоповод. Читателя же интересует история. Надо её сделать из инфоповода.*

*Право на существование в прессе имеют только материалы, написанные нормальным человеческим языком, лишённые профессиональных терминов и сокращений, и адресованные человеку, который не является профессионалом.*

*Перевернутая пирамида*

- Самая важная информация должна быть наверху.
- История вопроса, описание методики, справочная информация должны быть внизу.

*Первый абзац – ключевая часть статьи*

Читатель современных СМИ за 10 секунд принимает решение о том, будет он читать материал или нет. Поэтому принято в первом абзаце кратко сообщать самую суть материала, чтобы вызвать интерес у читателя и сэкономить его время. Мелкими подробностями первый абзац перегружать не надо. Первый абзац должен давать ответ на вопрос, что происходит, и зачем мы об этом рассказываем.

- 60% читателей читают заголовок + первый абзац текста
- 20% - заголовок + первые два абзаца
- 20% - читают текст от начала до конца

*По данным агентства Bloomberg*

*Делим текст на части*

- Читатель устает после 5-6 абзацев непрерывного текста.
- Подзаголовки. Хорошо, если они будут информативными и будут представлять собой оглавление текста. В идеале – читая подзаголовки, можно понять, о чём говорится в статье.

*Общий стиль*

- Длинные предложения с придаточными оборотами читаются с трудом. Лучше писать просто, чётко излагая мысль и аргументируя.
- Любое использование бюрократических выражений говорит читателю, что автор не понимает, о чём пишет. Если бы понимал, нашёл бы способ выразить свою мысль понятнее.

*Как представлять числовые данные*

- Числа надо давать в сравнении.
- Прирост или убыль в процентах следует соотносить с временным интервалом. Читатель должен понять: «это много или мало?»
- С цифр предложения не начинаем.

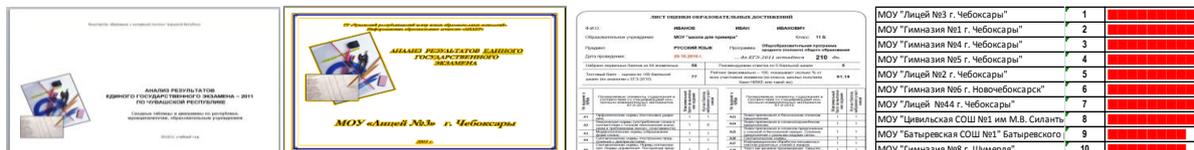
*Перечитываем текст*

Если все требования соблюдены, и логика изложения нигде не нарушена, можно отправлять текст в редакцию.

## Кейс Чувашской Республики

Информационные продукты для различных целевых групп о результатах ЕГЭ

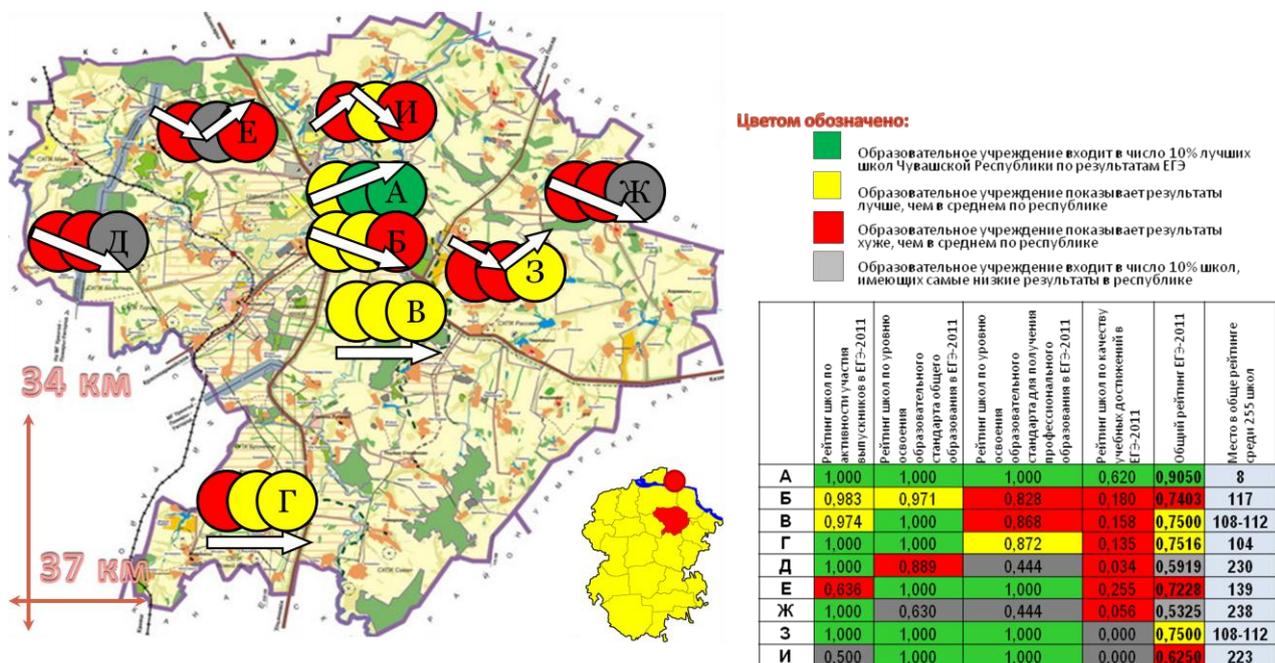
- Ежегодный сборник «Анализ результатов ЕГЭ-2011 по Чувашской Республике. Сводные таблицы и диаграммы по республике, муниципалитетам, образовательным учреждениям».
- Оценка деятельности школы по результатам ЕГЭ.
- Рейтинг общеобразовательных учреждений Чувашии по результатам ЕГЭ.
- Внешняя оценка уровня образовательных достижений учащихся.



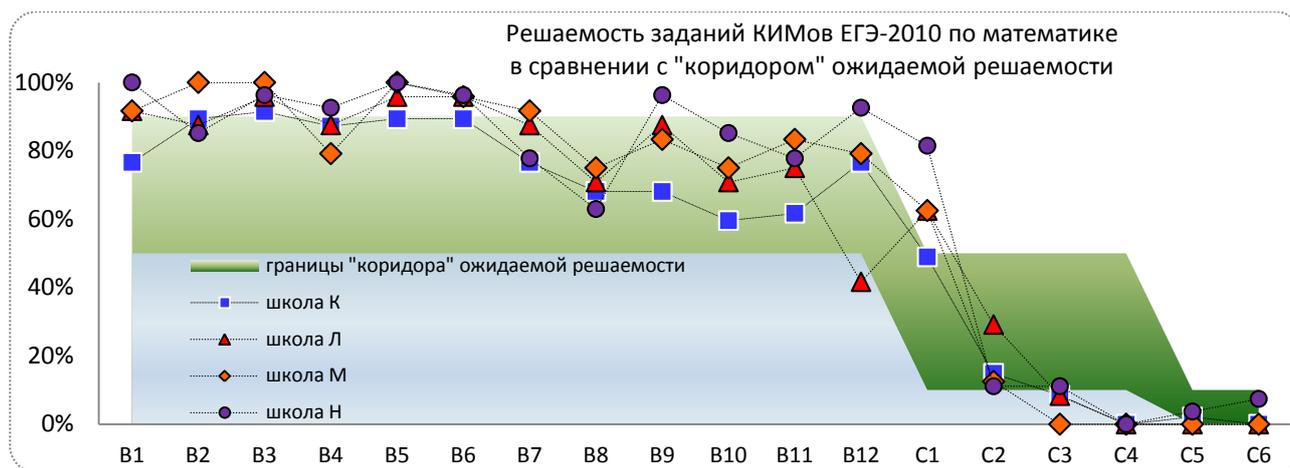
Что значит «хорошая школа» по результатам ЕГЭ?

- Это школа, выпускники которой активно выбирают экзамены в форме ЕГЭ – кроме обязательных предметов сдают предметы по выбору, необходимые для продолжения образования.
- Это школа, все выпускники которой успешно справляются с двумя обязательными экзаменами в форме ЕГЭ (русский язык и математика). Это необходимо для получения аттестата о среднем (полном) образовании.
- Это школа, все выпускники которой успешно сдали все экзамены в форме ЕГЭ (обязательные и по выбору выше минимального порога), т.е. получили полноценное свидетельство о результатах ЕГЭ для конкурса при поступлении на выбранную специальность.
- Это школа, обеспечивающая общий высокий уровень подготовки по всем предметам, особенно по предметам профиля.

Использование данных для оценки территориальных образовательных систем



## Как оценить образовательное учреждение по результатам ЕГЭ?



### Основные фиксации

- Сегодня на основе результатов оценочных процедур мы можем оценить ключевые характеристики качества образовательных услуг в системе среднего образования Чувашии.
- Информация может и будет сконцентрирована в РСОКО и становится доступной всем участникам образовательного процесса.
- Информация может быть использована:
  - из вне - для оценки качества образовательных услуг, предоставляемой отрасли в целом и конкретным образовательным учреждением;
  - органами управления образованием - для принятия управленческих решений по отношению к учителю, школе и т.д. вышестоящим уровнем управления;
  - объектом оценки (школа, учитель) - для принятия управленческих решений самим объектом оценки для коррекции собственных действий, оптимизации образовательного процесса;
  - родителями – для выбора образовательного учреждения и учителя.
- Ключевым моментом является очередность поступления информации разным уровням, принимающим управленческое решение, а также готовность и умение это сделать правильно.

Действия, обеспечивающие информирование различных целевых групп о результатах оценочных процедур

- По результатам каждой из оценочных процедур необходима подготовка и публикация общей аналитики в доступной форме. На основе этого достаточно объёмного материала возможна подготовка адресных материалов под разные целевые группы.
- Необходимо максимальное сокращение сроков между окончанием оценочной процедуры и публикацией общей аналитики.
- Необходимо использование единого для системы образования набора информативных индикаторов, отражающих разные характеристики измеряемых результатов.
- В системе образования необходимо методическое сопровождение работы с результатами оценочной процедуры. После разработки формата аналитического материала необходима его презентация и обсуждение, а также обучение практике его использования.

*Информирование различных целевых групп о результатах ЕГЭ направлено на формирование рефлексивной позиции у всех участников образовательного процесса, на всех уровнях управления образовательной системы.*