



Материал размещен
на сайте журнала
<http://obr.direktor.ru>

Пресс-релиз для СМИ

по итогам программы оценки учебных достижений школьников



**Вальдман
Игорь Александрович,**
кандидат педагогиче-
ских наук, директор
Российского тренингово-
го центра Института
управления
образованием РАО

Введение

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 и используются.

Признание результатов зависит от многих факторов, в том числе от полезности информационных продуктов (материалов), содержащих результаты оценки. Эти материалы должны быть ориентированы на удовлетворение информационных потребностей широкого спектра пользователей.

Ключевую роль в их распространении играют средства массовой информации (СМИ). Поэтому следует очень скрупулёзно и внимательно прорабатывать стратегии взаимодействия со СМИ, готовить пресс-релизы.



Пресс-релиз — сообщение для прессы, подготовленное для журналистов и редакторов СМИ и рассказывающее о значимом событии, мероприятии или ином информационном поводе.

Пресс-релиз, его целевая аудитория и информационный повод

Пресс-релиз призван уменьшить существующую тенденцию к упрощению и искажению результатов оценивания, но, к сожалению, не устраняет её полностью.

Главная задача пресс-релиза — сообщить новость таким образом, чтобы она:

- заинтересовала журналиста и побудила его обратиться за комментариями и дополнительной информацией;
- была опубликована полностью или частично в СМИ и (или) Интернете.

Пресс-релиз является главным информационным продуктом, ориентированным на удовлетворение информационных потребностей СМИ.

Иными словами, СМИ являются целевой аудиторией для большинства пресс-релизов. И для СМИ главное — наличие информационного повода.



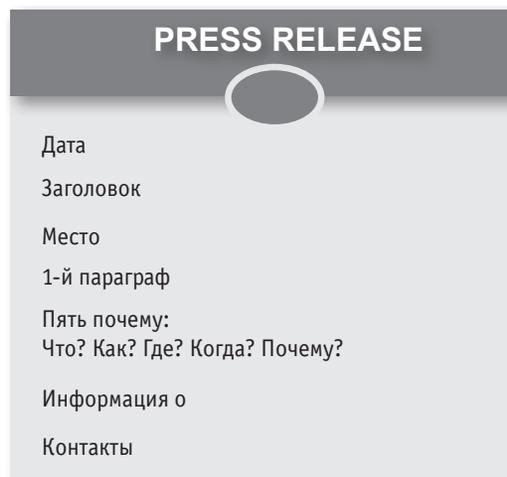
Информационный повод — событие, которое может заинтересовать публику: читателей, зрителей или слушателей.

Приведём несколько примеров.

| | О чем вы хотите рассказать | Информационный повод |
|---|--|---|
| 1 | С следующего года меняются правила приёма в вузы на основе ЕГЭ | Министерство образования утвердило новые правила проведения итоговой аттестации по завершению средней школы |
| 2 | В регионе идёт подготовка школьников к сдаче ЕГЭ | Получены результаты пробного ЕГЭ по русскому языку и математике |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | Определились вузы, в которых учатся самые сильные абитуриенты | Опубликован рейтинг вузов по баллам ЕГЭ |
|---|---|---|

Формат пресс-релиза



Пресс-релиз должен содержать следующую информацию:

- наименование и адрес ответственной организации (министерство образования, центр оценки качества, научно-исследовательский институт и т.п.);
- логотип организации в шапке документа;
- дату;
- заголовок, отражающий главную идею пресс-релиза (жирным шрифтом);
- цитаты руководителей организации/органа управления образованием или проекта (желательно);
- основной раздел (текст сообщения);
- телефон, факс и адрес электронной почты контактных лиц, которые в состоянии предложить дополнительную информацию как по организации, так и по пресс-релизу в частности.

Готовя пресс-релиз, необходимо учитывать специализацию СМИ и объяснить важность и значимость ваших данных. Помните и о том, что его объём должен быть не более двух печатных страниц.

— В пресс-релизе для деловых СМИ акцент должен быть сделан на цифрах и фактах.

— Пресс-релиз для общественно-политических СМИ должен подчеркивать, что тема интересна широкой аудитории.

— Радиостанциям лучше отправлять укороченные варианты. Пресс-релиз должен содержать как минимум одну цитату.

— Специализированным СМИ необходимо предоставить подробную информацию, интересную профессионалам в той сфере деятельности, которой посвящён пресс-релиз.

Рекомендации для разработчиков пресс-релиза

Пресс-релиз — это не простое перечисление данных. В хорошем пресс-релизе представлен рассказ о данных. В нём самые важные и значимые статистические выкладки подаются в контексте долгосрочных и краткосрочных тенденций и в более широком экономическом и социальном аспекте. В пресс-релизе рассматриваются взаимосвязи, причины и следствия. Короче говоря, он показывает читателям источники и значимость самой новой информации.

Прежде чем браться за перо, задайте себе вопрос: **«С какой стати ваша аудитория захочет прочитать об этом?»** Слишком часто специалисты предоставляют цифры, не давая

себе труда подумать о том, что эти данные говорят о конкретном аспекте жизни общества или как они отражают ту неопределённость, которая присутствует даже в самых надёжных выводах. Составьте ясное представление о том, какие выводы ожидают читатели от пресс-релиза.

1. Ограничьте материал непосредственными фактами и не приукрашивайте результаты.

2. Избегайте длинных предложений, методических терминов и специальной статистической лексики.

3. Используйте фразы, которые похожи на те, что могли бы появиться в газетах.

4. Ограничьте релиз одной или максимум двумя страницами с текстом (используйте двойной пробел между строками).

5. Проверьте текст на предмет фактов и грамматических ошибок.

6. Обязательно укажите контактные данные: телефонный номер, почтовый адрес и адрес электронной почты.

Если используются диаграммы, они должны быть ясными и легко читаемыми. В них не должно быть слишком много деталей или сносок. Диаграммы лучше представлять в форме столбцов, а не линий.

Заголовки пресс-релизов

Заголовок нужно набирать жирным шрифтом, он должен быть кратким и интересным, чтобы привлечь внимание читателей. Так, «Сообщение о национальном оценивании» — просто короткий заголовок, а «Новый отчет, освещающий успехи в образовании» — заголовок еще и привлекательный.

Скучные и непривлекательные заголовки могут себе позволить только крупные компании, чьи новости способны влиять на жизнь всего общества.

Примеры заголовков пресс-релиза

| <i>Несколько скучных заголовков</i> | <i>Несколько неплохих заголовков</i> |
|---|---|
| Результаты международного исследования PISA | Итоги PISA 2009 — утраченные иллюзии для России... |
| Учащиеся начальной школы показали высокие результаты в исследовании PIRLS | Российские школьники читают лучше своих сверстников из других стран |
| Опубликованы результаты Единого государственного экзамена по математике | 5% школьников провалились на ЕГЭ по математике |

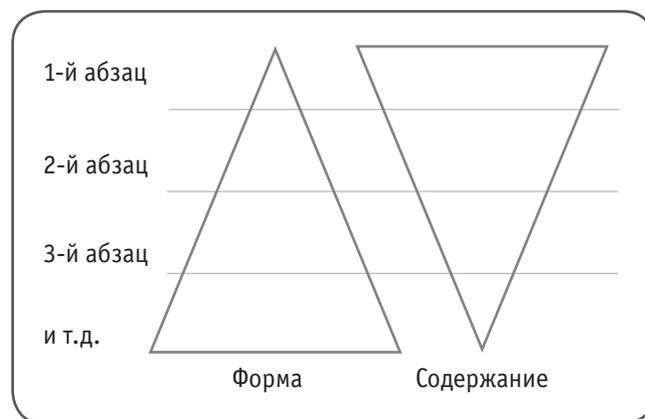
Первый абзац очень важен!

Журналистов не волнуют лирические отступления. Взяв в руки очередной релиз, им надо получить ответ на шесть главных для себя вопросов: Когда? Где? Кто? Что? Почему? Как? — и потратить на это минимум (минимум!) времени.

Пример

В соответствии с результатами мониторинга PISA (Почему?) 2009 (Когда?) грамотность чтения, математическая грамотность и естественно-научная грамотность (Что?) финских (Где?) школьников (Кто?) вновь оказались на вершине рейтинга (Как?).

Структура



Существует множество описаний структуры пресс-релиза. Наиболее удобным является визуальный образ пресс-релиза, чётко отражающий соотношение его формы и содержания.

Верхний уровень пирамиды (форма) самый маленький по объёму, но самый главный по содержанию. В нём суть всего написанного ниже. Его-то и читают первые 20 секунд, в нём должны быть ответы на шесть ключевых вопросов (когда, где, кто, что, почему, как). Идеально, если это будет одно предложение, которое читается на одном дыхании.

Всё, что идёт дальше в данной пирамиде, — это развитие темы первого абзаца: факты, цифры и комментарии руководителей компании и ведущих специалистов.

Распространение пресс-релиза

Кому рассылать пресс-релиз?

Всем СМИ, которые хоть как-то могут быть заинтересованы в теме пресс-релиза. Однако

основная работа по телефону должна проходить с журналистами из списка изданий, наиболее важных и влиятельных для вашей организации.

В случае рассылки пресс-релиза по электронной почте следует делать индивидуальную рассылку. Каждый журналист рассчитывает на уникальную информацию.

Перед рассылкой пресс-релиза следует связаться по телефону с каждым журналистом, чтобы выяснить степень его заинтересованности в данной новости.

При рассылке пресс-релиза по электронной почте следует обращать внимание на заголовок самого электронного письма. Он, как и заголовок пресс-релиза, также должен быть понятен и интересен. Иначе это письмо журналист может оставить без внимания.

Контролируйте ситуацию

После рассылки пресс-релиза в тот же день следует связаться с наиболее оперативными СМИ (ежедневные газеты, информационные агентства, радио, ТВ), чтобы узнать о планируемых журналистами действиях.

Данная статья подготовлена на основе учебных материалов Российского тренингового центра ИУО РАО, разработанных автором при проведении вебинара «Готовим пресс-релиз по итогам проведения программы оценки учебных достижений» (27 апреля 2012 г.).

Приложение Пример хорошего пресс-релиза

07-12-2010

Финляндия вновь на вершине рейтинга PISA

В соответствии с результатами мониторинга PISA 2009 грамотность чтения, математическая грамотность и естественно-научная грамотность финских школьников вновь оказались на вершине рейтинга.

В разделе грамотности чтения как главной области исследования средний балл финских учащихся оказался третьим после Шанхая, который не входит в ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) и Кореи. В области математических умений результат по среднему баллу Финляндии был вторым в рейтинге по странам — участницам ОЭСР, а по всем участникам исследования — шестым. Финляндию обошли Шанхай, Сингапур, Гонконг, Корея и Тайвань. По естественно-научной грамотности результат финских школьников второй после Шанхая.

Грамотность чтения финских школьников стала немного слабее, однако уровень среди стран — участниц ОЭСР наивысший.

Национальный средний балл по грамотности чтения показывает, что грамотность финских школьников по-прежнему на самом высоком уровне среди стран — участниц ОЭСР. По сравнению с рейтингом 2000 года (когда грамотность чтения также была главной областью мониторинга), количество баллов в этой номинации немного снизилось. Количество детей, читающих слабо, увеличилось с

7% до 8%, но число читающих отлично уменьшилось с 18% до 15%. Читающих отлично в Финляндии по-прежнему значительно больше, чем в среднем в других странах — участницах ОЭСР.

Различия в уровне владения грамотностью чтения по шкалам

Грамотность чтения финских школьников по шкалам стала явно слабее в области нахождения информации, а также в понимании и интерпретации текста. Наряду с этим в области рефлексии и оценки прочитанного уровень тестирования финских школьников практически не изменился по сравнению с 2000 годом.

Девочки намного впереди по грамотности чтения

В рейтинге PISA 2009 по всем странам девочки читают лучше мальчиков. В Финляндии разница в пользу девочек была самой большой по всем странам — участницам ОЭСР. Среди читающих слабо мальчиков значительно больше, чем девочек. Соответственно среди читающих отлично доля девочек выше, чем у мальчиков. Также увлекаются чтением в основном девочки.

Интерес и стратегическая компетенция являются важными компонентами чтения

В Финляндии хорошая грамотность определяется особым отношением молодёжи к чтению, владением стратегиями чтения, а также многообразием чтения. Эти факторы объясняют вариативность грамотности среди финских школьников лучше, чем в среднем по странам — участницам ОЭСР. С другой стороны, социально-экономическое

положение школьника, связанное с уровнем экономического, культурного и социального обеспечения в семье, не так сильно влияет на вариативность грамотности школьников Финляндии в сравнении со средними данными по странам — участницам ОЭСР.

Различия между школами по-прежнему незначительные

Различия между финскими школами в области грамотности чтения учащихся по-прежнему очень незначительные. Доля этих различий в Финляндии, по оценкам PISA 2009, составляет всего 8% из общей вариативности. Эта доля в международном рейтинге самая маленькая, хотя в сравнении с результатами 2000 года различий между школами стало немного больше. Тогда доля школ в вариативности грамотности учащихся составляла 5%.

Математические умения на прежнем уровне, небольшой спад в естественно-научной грамотности

Уровень математических умений финских школьников остается таким же высоким и уравновешенным, т.е. социально-экономические факторы не очень сильно влияют на результаты. Математические умения остались на том же уровне, что и в 2003 году, когда математика была главной областью исследования. В области математических умений доля учащихся, слабо справившихся с заданиями, была в Финляндии самой маленькой в сравнении с другими странами — участницами ОЭСР. В свою очередь знания и умения в области естественно-научных предметов стали немного слабее по сравнению с 2006 годом, когда исследование специализировалось именно на естественно-научных дис-

циплинах. Несмотря на это, умения финских учащихся в области естественных наук по-прежнему остаются одними из самых высоких в рейтинге стран — участниц ОЭСР.

Исследование PISA становится масштабнее, участников уже 65

В исследовании PISA специалисты стремятся выяснить, насколько хорошо 15-летние молодые люди владеют основными знаниями и умениями с точки зрения будущего общественного и экономического развития, а также качества жизни. Исследование проводится каждые три года, когда определяется уровень грамотности, математических умений, а также знаний и умений в области естественно-научных предметов.

В год первого исследования (2000) в мониторинге PISA участвовали 32 страны. Сегодня, в 2009 году, уже в четвертом исследовании, приняло участие 65 стран или регионов. Исследование 2009 года стало вторым по счету циклом исследований PISA, в котором главной областью мониторинга является анализ грамотности. По определению PISA, грамотность чтения понимается в широком смысле слова как способность учащихся к осмыслению текстов различного содержания и формата и рефлексии на них, а также к использованию прочитанного в различных жизненных ситуациях. Кроме того, грамотность включает в себя способность читающего достигать своих целей, развивая свои знания и умения для активного участия в общественной жизни.

Основной целью исследования PISA является оценка не столько достижений задач учебного плана основной школы и владения содержанием образования, сколько оценка

общеучебных умений и интеллектуальных способностей учащихся в ситуациях, близких к возможным потребностям повседневной жизни.

В Финляндии в выборку для исследования PISA 2009 (Международная программа по оценке образовательных достижений учащихся) было включено 203 школы. Количество учащихся составило 6 415 чел. 91% учащихся выполнили задания тестов. В Финляндии исследование проводила Кафедра педагогических исследований Университета Ювяскюля.

Дополнительная информация: Министерство образования и культуры:

— директор Ээва-Риитта Пирхонен, тел. (+358) 9 160 77268

— советник образования Яри Раянен, тел. (+358) 9 160 77463

— менеджер Томми Карьялайнен, тел. (+358) 9 160 77325

Кафедра педагогических исследований (Университет Ювяскюля):

— проф. Йоуни Вялиярви, национальный координатор PISA, тел. +358 50 567 7210, pisafin@jyu.fi

— старший научный сотрудник Сари Сулкунен, оценка грамотности PISA, тел. +358 40 762 9559, pisafin@jyu.fi

Отчет «Первые результаты исследования PISA 2009» (по-фински), а также другие материалы исследования можно найти на сайте Министерства образования и культуры www.minedu.fi/pisa.

Ministry of Education and Culture P.O. Box 29
FI — 00023 GOVERNMENT
FINLAND Tel: +358-(0)9-16004