

**ПРИНЦИПЫ РЕЙТИНГОВАНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(для образовательных систем и организаций дошкольного, общего и
дополнительного образования детей)**

Целью данного документа является создание основных подходов к разработке и построению рейтингов в системе образования Российской Федерации независимо от того, являются ли они ведомственными или независимыми, национальными, региональными или муниципальными, рейтингуются ли при этом образовательные системы или организации.

Данная работа была проделана с учётом признанного международного и отечественного опыта и опиралась на такие документы, как *Берлинские принципы ранжирования высших учебных заведений*¹, разработанные международной экспертной группой по ранжированию (IREG) в 2006 году, и *Правила аудита рейтингов*² (IREG Ranking Audit Rules), принятые в 2011 году. Все использованные материалы были критически проанализированы и доработаны с учётом специфики российского образования.

ТЕЗАУРУС

В данном документе используется ряд специфических терминов, принятых в международной практике рейтингования. Для обеспечения качества рейтингов в системе образования РФ необходимо обеспечить точное понимание этих терминов всеми участниками процесса.

Рейтинг – это форма представления результатов оценки деятельности образовательных организаций или систем, при которой участники рейтинга размещаются в определенной последовательности в зависимости от оценок, полученных по различным показателям их деятельности.

¹ Берлинские принципы ранжирования высших учебных заведений. <http://www.ireg-observatory.org>

² IREG-Ranking Audit. Purpose, Criteria and procedure. IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence, 2011. http://www.ireg-observatory.org/pdf/IREG_audit.pdf

Ренкинг – это форма представления результатов оценки деятельности образовательных организаций или систем, при которой участников ренкинга можно упорядочить по любому из имеющихся показателей. В отличие от рейтинга, это не зафиксированная форма, а база данных для получения всех интересующих вариантов ранжирований исходного списка.

Таблица лиг – это форма представления результатов оценки деятельности образовательных организаций или систем, при которой участники разбиваются на некоторое количество групп (лиг) в зависимости от оценок, полученных по различным показателям их деятельности. В одну лигу входят участники, получившие сопоставимые оценки по выбранным показателям. Все участники, вошедшие в одну группу (лигу) считаются примерно равными по данным показателям.

Ранжирование – это процедура распределения участников (образовательных организаций или систем) по возрастающим или убывающим показателям, характеризующим те или иные их свойства, качества.

Индикаторы – это доступная наблюдению и измерению характеристика образовательной организации и/или реализуемой ею деятельности, позволяющая судить о других её характеристиках, недоступных непосредственному исследованию.

Показатели – это количественная (выраженная числом) характеристика, по которой можно судить о ходе и результатах образовательного процесса, и которая доступна непосредственному исследованию.

Предлагаемые принципы одинаковы для всех форм представления результатов оценки образовательных организаций (рейтингов, рэнкингов, таблиц лиг), которые в тексте Принципов условно названы **«рейтингами»**, а процедура их формирования – **«ранжированием»**.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ И ПОСТРОЕНИЮ РЕЙТИНГОВ В ОБРАЗОВАНИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А) Место рейтингов в системе оценки деятельности образовательных организаций и систем:

1. *Рейтингование должно быть одним из ряда многообразных подходов к оценке деятельности образовательных организаций и систем.*

Ранжирование служит эффективным средством получения информации для сравнения и лучшего понимания ситуации в образовании. Но оно не должно быть основным или единственным методом оценки образования. Наряду с рейтингами существуют другие

процедуры и способы получения информации об образовании, которые также необходимо использовать для получения целостной характеристики системы образования.

В) Цели и задачи ранжирования должны:

2. *Быть ориентированы на интересы конкретной целевой аудитории, конкретные задачи, а также четко определять группу объектов (субъектов), которые подвергаются ранжированию.* Цели рейтингования должны быть связаны с пониманием и представлением деятельности образовательных систем и организаций. Они могут быть направлены на развитие ранжируемых объектов и(или) на информационную поддержку выбора потребителем услуг или организаций. Ранжирование должно осуществляться в строгом соответствии с целями и задачами.

3. *Ясно определять специфику и направленность рейтинга в контексте интересов целевой аудитории.* Методика рейтинга – инструмент целевой направленности и для каждого рейтинга она уникальна. Методика, разработанная для определенных задач и конкретной целевой аудитории, не пригодна в иных случаях.

4. *Признавать разнообразие образовательных организаций и принимать во внимание различие их миссий и задач.* Оценка деятельности образовательных организаций, реализующих программы «повышенного уровня», отличается от оценки организаций, реализующих образовательные программы «базового уровня» и/или работающих с учащимися с особыми образовательными потребностями (дети-инвалиды, ученики коррекционных классов, дети-мигранты и т.п.).

5. *Обеспечить ясность набора источников, которые представляют информацию для ранжирования, и индикаторов, полученных на основе каждого из ресурсов.* Актуальность результатов ранжирования зависит от того, на какую аудиторию оно рассчитано (учащиеся и их родители, педагоги и специалисты) и от источников информации (базы данных). В идеале следовало бы комбинировать всю информацию, поступающую из разных источников, каждый из которых имеет собственную перспективу обзора. В результате можно было бы получить более полную и законченную информацию об объекте, включаемом в рейтинг.

6. *Учитывать лингвистический, культурный, экономический и исторический контекст системы образования, проходящей ранжирование.* Следует учитывать все, даже косвенные факторы, и четко определять специфику целей и задач, стоящих перед ранжируемыми системами. Не все регионы и системы образования единодушны в своих взглядах на то, что представляет собой «качество» образования в различных подсистемах, и рейтинги не предназначены для того, чтобы навязывать в этом вопросе единое представление.

7. *Быть зафиксированными и оформленными в понятном и доступном документе – методике ранжирования.* Любое ранжирование должно сопровождаться документом, описывающим его цели и задачи, показатели, индикаторы и их весовые значения, принципы расчета (определения) индикаторов и их весов, методику сбора и обработки информации, механизмы использования результатов ранжирования.

С) Разработка индикаторов и их весов должна:

7. *Обеспечивать прозрачность используемой методологии составления рейтинга.* Выбор методов (формирования выборки, сбора, обработки, анализа данных, расчета индикаторов, собственно ранжирования) и источников данных, используемых в рамках формирования рейтингов, должен быть прозрачным, позволять любому заинтересованному субъекту иметь полное (достоверное) и однозначное представление о них.

8. *Обеспечивать выбор индикаторов соответственно их релевантности и валидности.* Выбор показателей должен быть основан не только на их доступности, но и на способности отображать качество и результаты работы системы образования. Должно быть понятно, почему были включены именно эти показатели, для расчёта каких индикаторов они используются, что они отображают, на удовлетворение каких информационных запросов они работают.

9. *Отдавать предпочтение по возможности показателям достигнутых результатов, а не исходным ресурсам.* Исходные ресурсы представляют важность, поскольку дают общее представление об образовательной организации (системе) и зачастую более доступны. Показатели достигнутых результатов, в том числе в части создания условий для обучающихся, обеспечивают более точную оценку состояния и/или качества образовательной организации или системы. При составлении рейтингов важно обеспечить надлежащий баланс индикаторов.

10. *Четко определять методы оценки различных индикаторов и по возможности ограничить изменения в них.* Перемены в методах оценки вводят в заблуждение всех, кто пользуется рейтингами. При этом в рейтингах, которые носят периодический характер, необходимость внесения изменений в методику может быть обусловлена изменениями самой социальной ситуацией, в том числе появлением новых источников данных, новых требований к качеству и т.д. При внесении таких изменений важно заранее и подробно проинформировать о них участников и потребителей рейтинга.

С) При сборе и обработке данных необходимо:

11. *Обращать должное внимание на этические стандарты и рекомендации, сформулированные в данных Принципах.* Чтобы рейтинги пользовались доверием, лица,

ответственные за сбор и обработку данных и их проверку, должны сохранять объективность и беспристрастность.

12. *Использовать по возможности проверенные и уточненные данные*, такие как данные статистического наблюдения, результаты внешних оценочных процедур, данные мониторинговых исследований, результаты социологических исследований и т.п. Эти данные известны и понятны участникам и потребителям рейтингов, затраты по их сбору незначительны, они обеспечивают возможность адекватного сопоставления.

13. *Применять меры по обеспечению качества самих процессов ранжирования*. Опыт, полученный в процессе проведения оценки, должен использоваться для совершенствования инструментария и процедур ранжирования. Поэтому целесообразным является этап пилотной апробации методики, предваряющий проведение основного этапа оценки и построения рейтинга.

14. *Применять организационные методы, повышающие достоверность ранжирования*. В число этих мероприятий необходимо включить создание органов (экспертных советов), оказывающих методическую помощь авторам рейтинга, оценку качества методики ранжирования и контроль качества проведения оценочных процедур. Предпочтительно, чтобы к работе экспертных советов привлекались представители общественности и профессиональные эксперты, в том числе международного уровня.

Д) Презентация результатов рейтингования должна:

15. *Учитывать разнообразие потребительского запроса и, по возможности, предоставлять потребителям выбор формы презентации результатов рейтингов*. Форма презентации, должна обеспечивать ясность (понятность) представленных результатов, доступ ко всем инструментам рейтинга (методика, источники данных), а также наглядность полученных результатов и удобство их использования. В презентации результатов рейтинга можно предусмотреть возможность для потребителя самому принять решение о том, какой удельный вес должны иметь различные индикаторы.

16. *Обеспечивать учет разнообразия образовательных организаций* через представление контекстных данных или построение рейтингов по кластерам-группам.

17. *Исключать или минимизировать ошибки в представляемых данных, а также обеспечивать возможность исправления допущенных ошибок*. Если ошибки допущены, то участники и потребители рейтинга должны быть информированы о них незамедлительно.

18. *Обеспечивать возможность соблюдения авторских прав и ответственности авторов методики за результаты рейтингования*. При публикации материалов рейтинга должны быть указаны авторы методики: организации или физические лица, с указанием их контактных данных

19. *Обеспечивать минимизацию возможного негативного влияния рейтинга на его участников. При принятии решения о публикации результатов рейтинга необходимо учитывать все риски их влияния на ситуацию в образовании и использовать методы минимизации возможных негативных последствий.*

Е) Использование результатов рейтингования

20. *Результаты ранжирования должны использоваться только для тех целей, которые заявлены авторами. Использование результатов в иных целях способно привести к массовым искажениям не только в интерпретации результатов, но и в собираемых данных, а также оказать существенное негативное влияние на всю систему образования в целом.*

21. *Принятию управленческих решений по результатам ранжирования должны предшествовать консультации с профессиональным и экспертным сообществами.*

Москва, 13 марта 2014 г.