

ИНФОРМАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ образования: три стороны двустороннего процесса



Татьяна Анатольевна Мерцалова,
ведущий научный сотрудник Центра социально-экономического развития школы Института образования Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», кандидат педагогических наук
e-mail: t_merts@mail.ru

Информационная открытость — следствие информационной глобализации и лавинообразного развития информационно-коммуникационных технологий: поэтому эти процессы естественны для всего современного общества. Статистика показывает, что за прошедшие несколько лет ситуация с открытостью в социальной сфере, и не только в образовании, значительно изменилась в сторону расширения и усложнения. Стало больше сайтов, больше информации, больше интерактивных сервисов и возможностей для коммуникации. Доля образовательных организаций, имеющих сайты, приближается к 100%.

- *информационное взаимодействие*
- *пользовательский запрос*
- *мониторинг экономики образования*
- *уровни значимости*
- *информационное поведение*
- *школьные сайты*

Гонка к «вершинам» открытости

Результаты мониторинга реализации Национальной образовательной инициативы «Наша новая школа», который охватывает все субъекты РФ и позволяет отследить динамику показателей, начиная с 2011 года, по параметрам, характеризующим информационную открытость образовательных систем, демонстрируют устойчивый рост. Сами сайты также постоянно изменяются, обновляются, используют новые сервисы и технологии. Это впол-

не согласуется с общей тенденцией развития информационно-коммуникационных технологий в жизнедеятельности российского государства. По результатам наиболее авторитетных международных рейтингов, которые прямо или косвенно характеризуют эти процессы, Российская Федерация демонстрирует стабильный рост показателей и из года в год повышает свою позицию.

Очевидно, что политика информационной открытости охватывает все сферы социальной жизни. Система образования в этом процессе стала лидером. По данным Росстата, наблюдается значительное

опережение системы образования по такому показателю, как «Использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для развития системы». Средний индекс по этому показателю в образовании значительно превышает значение аналогичного индекса в медицине (примерно на четверть) и в культуре (более чем в два раза).

Федеральное Министерство образования и науки также демонстрирует постоянное движение в сторону большей открытости. По данным Фонда свободы информации (ФСИ) в 2006 г. Минобрнауки РФ занимал 26-е место среди высших государственных органов исполнительной власти по уровню информационной открытости, в 2012 г. поднялось на третье место. По комплексному индексу открытости органов исполнительной власти, включающему оценку не только сайта, но и других показателей открытости, Минобрнауки РФ занимает 16-е место (из 32), а по такому показателю, как возможность гражданского участия в деятельности федерального органа исполнительной власти и представления обществом обратной связи, Минобрнауки попало в десятку самых открытых. К сожалению, данных о том, как используются предоставляемые Министерством образования и науки возможности гражданского участия, пока нет: именно по этому соотношению предложения (предоставленных возможностей) и спроса (использования, востребованности потребителями этих возможностей) можно говорить о реальной эффективности открытости.

По данным исследования Фонда Развития Интернета (ФРИ, 2013 г.), почти 90% подростков 12–17 лет и более половины их родителей выходят в Интернет каждый день или почти каждый день. Каждый второй взрослый и три четверти подростков считают себя уверенными пользователями. В больших городах (более 100 тыс. населения) только 17% родителей подростков не пользуются Интернетом. А среди самих подростков таких нет вообще. Всё это — основание для усиления внимания системы образования к проблеме информационного и коммуникационного взаимодействия через сайты, форумы, социальные сети и иные ИКТ-сервисы.

Первая сторона – пользователи: спрос и предложение

Рост численности пользователей определяет задачу развития электронных информационных ресурсов системы образования. Но для конкретизации форматов и контента необходимо более подробное изучение запросов и интересов пользовательской аудитории.

В российском информационном пространстве можно встретить разрозненные фрагменты исследования этой проблемы, сделанные разными авторами, на разных группах респондентов, разными методами и под разные задачи. Однако интеграция этих фрагментов позволяет сложить некоторое (пока мозаичное) представление о существующей ситуации.

По результатам опроса, проведённого ФРИ в 2013 г., сегодня образовательными порталами пользуется всего лишь 7% подростков и 9% их родителей. Эти данные согласуются с результатами анализа показаний счётчиков школьных сайтов, проведённого Институтом образования (ИО) НИУ ВШЭ на основании открытых данных счётчиков сайтов, участвующих в рейтинге проекта «Социальный навигатор» (РИА Новости, НИУ ВШЭ, 2013 г.). В среднем среднесуточная аудитория школьных сайтов (среднее количество уникальных посетителей в сутки) в сентябре-октябре 2013 года составила 7% от численности школьников, обучающихся в этих образовательных организациях. Причём разницы в средних показателях по сельским и городским школам практически нет, но по городским школам выше дифференциация внутри группы.

Информационные сайты школ и органов управления образованием не пользуются очень высокой популярностью даже у наиболее заинтересованной части целевой аудитории. Данные Мониторинга

экономики образования (МЭО), проводимого ежегодно НИУ ВШЭ, в 2013 году показали, что даже при выборе школы её интернет-сайт занимает только третье место в рейтинге информационных источников, хотя при этом он значительно опережает сайты органов управления образованием. Примерно такая же доля родителей (примерно каждый третий) использует школьный сайт и его интерактивные сервисы для получения информации и общения с педагогами и руководителями школы.

При выборе старшеклассниками своей дальнейшей образовательной траектории значение информации, размещаемой в сети Интернет, возрастает. По данным МЭО, впервые в 2013 году включавшего опрос старшеклассников общеобразовательных школ, для поиска информации об учебных заведениях Интернетом пользуется более 65% учащихся старших классов. Но при этом речь идёт не только о сайтах самих школ.

В использовании официальных информационных порталов системы образования лидирует столичный мегаполис. По данным МЭО (2013 г.), московские родители чаще жителей других городов для информационного взаимодействия со школой пользуются сервисами «Электронный дневник», «Электронный журнал» (69%); школьным сайтом (54%); перепиской по электронной почте (16%); интерактивными сервисами на сайте школы: консультации, форум и т.п. (8%). По Москве эти показатели в полтора-два раза выше, чем в среднем по всей выборке по России, а по использованию электронной почты — выше в 2,3 раза.

Напрашивается вывод о необходимости дифференцированного подхода к содержанию наполнению и активности развития сайтов школ в разных территориях. Но такое существенное отклонение от среднего в востребованности сайтов наблюдается только по столичному мегаполису.

По остальным типам поселений данные примерно одинаковые. Заметные отклонения проявляются точечно, и часто их совсем не просто объяснить. Например, то, что электронной почтой почти не пользуются в сёлах и совсем не пользуются в посёлках городского типа, вполне можно объяснить малыми размерами населённых пунктов. Хотя при этом остаётся вопрос о сельских школах с подвозом учащихся. Этими же причинами можно объяснить низкие показатели использования сельскими родителями школьных сайтов и их интерактивных сервисов. Но вот почему совершенно не пользуются этими сервисами родители из городов с населением от 100 тыс. до 1 млн жителей — объяснить трудно. Так же требуют дополнительного анализа самые низкие показатели использования родителями электронных дневников и журналов в областных центрах и городах-миллионниках.

Предпочтение московскими родителями электронных источников информации подтверждается локальными исследованиями, например, данными опроса родителей учащихся столичных общеобразовательных школ, проведённого Институтом образования НИУ ВШЭ в 2013 году в рамках мероприятий по аналитическому, социологическому, информационному, медийному сопровождению реализации государственных программ развития образования Москвы. Причём официальные сайты школ, созданные по типовому шаблону на едином информационном портале Департамента образования Москвы, занимают здесь лидирующие позиции. Однако их информативность, как и информативность всех остальных источников информации об образовательных организациях, с точки зрения тех же родителей пока оставляет желать лучшего.

В информационном пространстве системы образования сервисы «Электронный дневник» и «Электронный журнал» составляют значительную конкуренцию

школьным сайтам. По данным МЭО (2013 г.), только в областных центрах родители чаще пользуются школьными сайтами, чем электронными дневниками/журналами. Одно из возможных объяснений такого предпочтения — в специфике информации, которую содержат эти электронные сервисы. Речь идёт о конкретной индивидуализированной информации по каждому конкретному ребёнку. Это то, что в первую очередь интересует родителей школьников: какие у него (у неё) оценки, что ему задали, какие замечания, какие мероприятия и события планируются на ближайшее время...

Значение индивидуализированной и оперативной информации о ребёнке подтверждается результатами опроса московских родителей (ИО НИУ ВШЭ, 2013 г.). При оценке условий, которые обеспечили бы увеличение частоты посещения официальных сайтов системы образования, увеличение объёмов такой информации занимает две верхние позиции рейтинга. Другая привлекательная для пользователей особенность электронных дневников/журналов, отличающая их от других электронных коммуникационных сервисов (например, электронной почты), заключается в том, что записи, сделанные в них учителем, не требуют обязательного и быстрого ответа.

С феноменом «информационной усталости» сталкиваются некоторые педагоги, активно использующие электронную почту для информационного взаимодействия с родителями. В первое время родители, включённые в систему информационного обмена через этот канал, активно участвуют в общении, но со временем всё чаще игнорируют присылаемые им сообщения и вопросы. Возможно, это объясняет столь невысокие показатели взаимодействия через e-mail, полученные в исследовании МЭО в 2013 г. (всего 7% опрошенных родителей по всей выборке).

Страницы сообществ школ в социальных сетях, согласно этому же опросу, использует ещё меньше родителей — всего лишь 4%. Вообще практика показывает, что такие сообщества не представляют интереса ни для педагогов, ни для родителей, ни для самих школьников. Это при том, что подавляющее

большинство подростков и их родителей называют социальные сети в числе наиболее предпочитаемых способов общения в Интернете. По результатам исследования Фонда Развития Интернета, в 2013 году эти цифры достигли 92% у подростков 12–17 лет и 77% у их родителей. Эти данные подтверждаются опросами фонда «Общественное мнение» ФОМ: по их сведениям за 2013 год, в среднем в социальных сетях общаются около 60% взрослого населения.

Но для системы образования социальные сети на сегодняшний день не являются эффективным и востребованным инструментом общения, несмотря на то, что некоторые эксперты заявляют, что сети в этой коммуникации более эффективны, чем сайты школ и органов управления. Одна из возможных причин неэффективности и невостребованности соцсетей в данной функции кроется в несовместимости официального, организованного, нормированного взаимодействия в системе образования со свободным, нерегламентированным пространством сетевых сообществ. Также оказывают влияние возрастные различия предпочтений пользователей сетей, проявляющиеся, например, в том, что подростки больше предпочитают общаться «ВКонтакте», а взрослые — в «Одноклассниках»... Поэтому ожидаемой «встречи» в социальных сетях не происходит.

Ясно: для сайтов школ социальные сети не конкуренты — у них разные задачи, разные жанры, разные форматы работы с аудиторией. Но этот же факт становится основанием и для другого вывода — о необходимости наличия на сайтах школ и органов управления образованием коммуникативных сервисов.

Аудитория официальных сайтов системы образования, как показывают исследования, не так уж велика, но, тем не менее, она растёт, как растёт и вся

интернет-аудитория России в целом. В отличие от школьных сайтов, сайты региональных органов управления образованием дружно демонстрируют прирост среднеточной аудитории. По данным за январь-февраль 2014 года этот показатель увеличился на четверть (на 25%) по сравнению с тем же периодом 2013 года. Такой рост востребованности напрямую согласуется с динамикой индекса информационной открытости этих сайтов, которая была выявлена в ходе их рейтингования в рамках проекта «Социальный навигатор» (РИА Новости, НИУ ВШЭ, 2012–13 гг.).

Избирательная «всеядность» пользователей

Один из выводов, который возникает при опросах, сводится к тому, что пользователи не готовы сформулировать свои информационные потребности и интересы. Прямые вопросы типа «Какую информацию Вы хотели бы видеть на школьном сайте?» вызывают у опрашиваемых растерянность, и они способны назвать не более двух-трёх позиций. При этом если тем же людям предлагается оценить по степени значимости для них некоторый перечень возможных информационных материалов и документов, размещаемых на сайтах образовательных организаций и систем, то практически ни одна из предложенных позиций не попадает в категорию «совсем не нужен».

Можно попытаться объяснить такие результаты психологическими особенностями мышления. Например, понятие «хороший учитель» вряд ли разбивается в сознании большинства родителей на отдельные категории, тем более на такие, как квалификационная категория, образование, опыт работы и т.д. Эти интегрированные понятия формируются по индивидуальной логике, которая строится по законам сложной комбинации накопления опыта и выводов из общих положений. На них может, например, влиять собственный индивидуаль-

ный субъективный школьный опыт родителей («Мне в государственной школе было плохо, поэтому мой ребёнок будет учиться в частной»), или социальные шаблоны («Все мои знакомые выбирают школу так, значит и я буду её так выбирать»), или другие установки, в том числе мода.

С другой стороны, понятия, искусственно интегрированные профессионалами (например, «безопасность образовательной среды»), которые чаще всего используются при опросах родителей, конкретизируются (дифференцируются) каждым родителем по-своему, в зависимости от того же самого индивидуально-го опыта. Например, для кого-то «безопасность образовательной среды» — это в первую очередь защита от терактов; для других — дружелюбность педагогов и одноклассников; для третьих — техника безопасности и отсутствие физических травм; для четвёртых — определённый социальный и национальный состав учащихся; для пятых — гарантия защиты от распространения наркотиков.

Исходя из этого, все попытки искусственно сгруппировать информационные материалы в некие блоки заведомо обречены на некорректность. Это становится существенным препятствием при социологических исследованиях пользовательского запроса на информацию. Кроме того, эта особенность непрофессионального восприятия школы определяет необходимость специальной работы при формировании структуры сайта, при выборе формулировок для заголовков материалов и особенно — для названий разделов. Использование профессиональных подходов к выбору названий и компоновки размещаемых материалов создаёт большие трудности для пользователей, не имеющих специального педагогического образования и опыта работы в этой сфере.

Ярким примером непользовательской логики размещения информации может

служить созданию на многих школьных сайтах раздела под названием «Выполнение Федерального закона» (или аналогичных ему). В этом разделе оказываются «спрятанными» от простых пользователей такие важные документы, как образовательные программы, перечень и условия оказания платных образовательных услуг, и многое другое, что входит в состав требований 29-й статьи Федерального закона «Об образовании в РФ». Совершенно ясно, что такие разделы на сайте создаются исключительно для контролирующих органов, которые, кстати, в своих требованиях пользовательские интересы и возможности также не учитывают. Отсюда появляются такие документы с сугубо чиновническим подходом, как проект приказа Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки «Об утверждении требований к структуре официального сайта образовательной организации в сети Интернет и формату представления на нём информации» (<http://regulation.gov.ru/>).

Таким образом, актуальной исследовательской задачей становится построение более или менее адекватной типологии информационных материалов, размещаемых на официальных сайтах системы образования, которая позволила бы, с одной стороны, технологизировать процесс исследований, а с другой, — оптимизировать разработку самих информационных ресурсов.

Конструктивна классификация информационных материалов по функциональному принципу: информация для контактов; информация для выбора школы; информация оперативного характера (для организации образовательного процесса); информация для решения проблем. Отдельным блоком в этой классификации следует выделить имиджевую информацию, предназначенную для создания благоприятных эмоциональных, рациональных представлений, убеждений и ощущений по поводу особенностей школы. Внутри этих типов информационных материалы будут делиться на динамичные (например, оперативные объявления) и стабильные, которые меняются крайне редко.

Функциональный подход к классификации информационных материалов и сервисов, раз-

мещаемых на официальных сайтах системы образования, согласуется с информационным поведением пользователей Интернета.

Если условно разделить информацию на сайтах школ по функциональному принципу на предложенные выше пять типов, можно увидеть предпочтения пользователей. Например, опрос московских родителей (ИО НИУ ВШЭ, 2013 г.) показал отсутствие значимых отличий между востребованностью информации оперативного характера (которая нужна непосредственно при организации образовательного процесса школьника), контактной информации, информации, необходимой для выбора образовательной организации, и имиджевой (!) информации. Заметное отставание демонстрирует только информация, необходимая для решения проблем, что вполне объяснимо ситуативным характером её востребованности.

Результаты последнего опроса родителей в рамках Мониторинга экономики образования (НИУ ВШЭ, 2013 г.) также не показывают особых отличий в использовании родителями школьных сайтов для выбора школы и для общения с педагогами и администрацией школы.

Однако при учёте территориальной принадлежности школ наблюдаются существенные отличия. Школьный сайт как инструмент информационного взаимодействия с работниками школы оказывается более востребованным, чем как инструмент выбора школы. Исключения составляют лишь города-миллионники, которые, кроме прочих отличий, значительно лидируют по использованию для выбора школы интернет-сайтов местных органов власти и управлений образованием.

Выбор школы имеет ситуативный разовый характер, соответственно, информационные материалы также должны

иметь не самый высокий рейтинг значимости, особенно в оценках родителей, дети которых уже учатся в школах. Однако результаты опроса московских родителей демонстрируют отсутствие заметного лидирования «оперативной» и «контактной» информации. Это при том, что для довольно значительной части опрашиваемых (около 60%) вопрос выбора школы не слишком актуален, поскольку их дети во время опроса учились в 1–7-х и 10-х классах школы.

В современном образовательном пространстве больших городов, особенно Москвы, не корректно говорить о неактуальности выбора школы для учащихся 1–7-х классов: сознательно или подсознательно многие городские родители постоянно находятся в режиме готовности «сменить школу». Это характерно для крупных городов, где выбор школ большой и их доступность не становится неразрешимой проблемой.

Когда речь заходит о сельских поселениях и малых городах, то возможности выбора школы значительно снижаются. Среди сельских родителей самая высокая доля тех, у кого вообще нет возможности выбора в связи с тем, что школа — единственная в данной территории (около 70% по данным МЭО, 2013 г.). Из тех сельских родителей, которые по данным МЭО (2013 г.) всё-таки выбирали школу для своих детей, только каждый пятнадцатый (6,7%) пользовался материалами Интернета и/или официальными сайтами школ. Более низкие показатели использования интернет-источников для выбора школы только у жителей малых городов (с населением до 100 тыс. человек). Судя по результатам опроса МЭО, это отставание компенсировано более частым использованием для выбора школы в малых городах специальных очных мероприятий — дней открытых дверей, которые в сельских и поселковых школах практически не используются.

Такие отличия в мотивации (наличие/отсутствие выбора и количество возможных

вариантов) и каналах получения информации, в свою очередь, должны влиять и на значимость определённых информационных материалов для жителей разных территорий.

На основании локальных исследований, проведённых Институтом образования НИУ ВШЭ в 2013 году в г. Москве и Московской области, можно выделить ряд конкретных информационных предпочтений опрошенных родителей в этих субъектах РФ.

Среди отдельных информационных материалов о школе, лидирующих по степени значимости для московских родителей, первое место занимает информация о педагогах, затем — динамичная информация оперативного характера: объявления, расписания, дневник... Однако, как и при обобщённом анализе, различия между этими лидирующими информационными материалами статистически малы.

Из информации, необходимой для выбора школы, наиболее значимы для москвичей информационные материалы о школьном питании: режим, наличие буфета/столовой, меню, стоимость обедов, акты проверок; об образовательных программах школы; перечни платных и бесплатных услуг, оказываемых школой; информация о системе дополнительного образования: кружки, секции, клубы, факультативы, мероприятия; учебных результатах школьников: текущая успеваемость, результаты ЕГЭ, ГИА. При выборе школы также лидирует оценка квалификации педагогических кадров.

Самый низкий уровень востребованности среди московских родителей имеют информация финансово-экономического характера и деятельность органов государственно-общественного управления. Это может объясняться, с одной стороны, неготовностью (нежеланием) участвовать в деятельности школы и отсутствием веры в возможность такого участия.

С другой стороны, причиной невысокой значимости этих позиций может быть доверие профессионалам, выражающееся в формуле «они лучше знают, что и как делать». Среди самой невостребованной информации — перечни нормативно-правовой документации, востребованность которой имеет ситуативный характер.

Неучтённая сторона — государство: «закон третьей стороны»

Однако ведущим мотивом развития информационной открытости образовательных организаций России на сегодняшний день являются не интересы и запросы пользователей (включая предпочитаемые источники и каналы информации), а нормативные требования, заданные на государственном уровне. Это прослеживается, например, в результатах мониторингов официальных сайтов региональных органов управления образованием и общеобразовательных школ, проведённых РИА Новosti и НИУ ВШЭ в рамках проекта «Социальный навигатор» в 2012–13 годах.

В связи с тем, что образование имеет преимущественно государственный характер, систему информационной открытости российского образования, в отличие от бизнеса и политики, следует считать не двух-, а трёхсторонней, где третьей, чуть ли не самой активной стороной является государство: его активная позиция проявляется через воздействие как на обе группы участников — систему образования и общественность, так и на само информационное поле и потоки информации, которыми они обмениваются.

С одной стороны, на государственном уровне задаются нормативные требования к образовательным организациям и органам управления образованием, регулирующие содержание, форматы, каналы информационного взаимодействия и даже его интенсивность. При этом требования разрабатываются без детального изучения интересов сторон, участвующих в информационном обмене.

С другой стороны, развивая информационную открытость всех социальных сфер и, особенно, сферы государственного управления (например, в рамках Государственной програм-

мы «Информационное общество», проектов «Открытое правительство», «Открытые данные»), государство формирует «электронную» культуру населения и «культуру открытости» гражданского общества.

Институтом образования НИУ ВШЭ в 2013 году на базе отдельных субъектов РФ (г. Москва и Московская область) был проведён анализ взаимосвязи реальных запросов и интересов пользователей с требованиями законодательства. Выявлено, что очень большая часть важной для пользователей информации оказывается за рамками требований законодательства, и, соответственно, органы управления образованием уделяют им гораздо меньше внимания. Причём это одинаково актуально как с точки зрения интересов потребителей, так и с точки зрения профессиональной аудитории пользователей этих сайтов.

Известно, что для возникновения и поддержания конфликта между двумя сторонами необходима третья сторона. Государство в качестве «третьей стороны» пока не провоцирует конфликт, но создаёт некоторое напряжение в системе информационного взаимодействия образования с общественностью, которое фиксируется, например, на уровне высказываний (на сетевых форумах, в интервью).

Государство выдвигает требования к открытости, и образовательные организации вынуждены делать выбор, какую стратегию использовать: ориентированную на интересы потребителей, на реализацию требований нормативных правовых документов или исходя из интересов самой организации. В этом выборе преимущество чаще всего остаётся за законодательством, что отразилось в результатах мониторинга информационной открытости официальных сайтов школ и органов управления образованием.

Вторая сторона – школа

Отмеченная ранее преимущественная ориентация школ на реализацию требований федерального законодательства и нормативных правовых документов в вопросах открытости приводит к дисбалансу между информационным спросом и предложением. Вопрос, который при этом возникает, но пока не находит ответа: а где здесь интересы самих школ? В чём они заключаются? Как они реализуются в общей политике информационной открытости?

Очевидно, что там, где руководство заинтересовано в развитии, повышении престижности, формировании позитивного имиджа своей школы, там политика открытости в той или иной степени будет работать на реализацию этих интересов. Но и здесь возникают риски: недооценивания значимости и возможностей информационного взаимодействия с общественностью для развития школы; недостаточности ресурсов, особенно кадровых и временных, для расширения открытости, ориентированной на учёт интересов пользователей и самой (системы). Этот риск усугубляется большим объёмом требований, которые предъявляются к открытости школы и органов управления образованием со стороны государства: чем больше времени и сил работники школ будут уделять вопросам открытости, тем меньше времени и сил останется на выполнение непосредственных профессиональных обязанностей по обучению и воспитанию молодёжи, что приведёт в итоге к снижению качества образования.

С примером пока лёгких проявлений такого кризиса столкнулись сотрудники НИУ ВШЭ осенью 2013 года, когда в корпоративной почте преподавателями и сотрудниками активно обсуждалась проблема нехватки времени из-за большого количества мелких сопутствующих задач. В числе этих «мышей, съедающих слона» было перечислено множество работ, обеспечивающих открытость деятельности Университета: «за-

полнение собственных страничек, ведение сайтов подразделений, ..., ввод информации о публикациях, ..., перенос и развитие дисциплин в LMS, поддержание контактов с зарубежными вузами, исследовательскими организациями и коллегами...».

Второй негативный аспект связан с информационной усталостью и информационными перегрузками. Эти вопросы поднимают сами пользователи школьных сайтов:

«Здравствуйте! Скажите, пожалуйста, для чего на вашем сайте так много ненужной информации? Например, в разделе «Городская власть» или «Полезная информация»? Это же школьный сайт! Неужели у вас много лишнего времени, если вы помещаете на свой сайт статьи, которые и так можно при желании прочитать в Интернете? Пишите лучше о своей школьной жизни. Она у вас очень интересная, судя по фотографиям. Не засоряйте свой сайт всякой ерундой...» (<http://education.simcat.ru/school35/svyaz/page13/>)

«Информация (для поиска школы с медицинским и/или биологическим классом в Москве) собрана преимущественно на школьных сайтах, большинство из которых отличается обилием ненужной информации и недостатком нужной. Элементарного не пишут. Что, в первую очередь, интересно родителям, которые выбирают своему чаду продвинутую школу... Приходится перерывать весь сайт, чтобы эту информацию найти». (<http://webauditor.wordpress.com/>)

При интервьюировании родителей нередки высказывания: «Просматривали сайт школы, но необходимой информации по комплектованию, по проведению школьного собрания там не было»; «На сайтах школ нужной информации и образцов документов нет»; «Открываешь школьный сайт и первое, что бросается в глаза: тебе предлагают пожаловаться на школу

в Департамент образования! А та информация, которая действительно нужна родителям, спрятана так, что не знаешь, где и искать...».

Разрыв между спросом и предложением достаточно явно прослеживается при сопоставлении значимости информационных материалов (доля пользователей, назвавших данный материал важным) с уровнем их представленности на сайтах системы образования (доля сайтов, на которых данный материал представлен). Такое сопоставление можно провести на материале локального исследования, проведённого Институтом образования НИУ ВШЭ в одном из центральных регионов России. В рамках исследования был проведён опрос пользователей сайтов о значимости для них информационных материалов и документов, размещаемых на официальных сайтах муниципальных органов управления образованием. После этого провели мониторинг содержания этих сайтов на предмет наличия этих материалов.

В результате по ряду позиций были получены довольно сильные расхождения между спросом и предложением. Даже учитывая некорректность прямого сопоставления используемых показателей, картина несоответствия — очевидна. Интересно, что потребности профессиональных пользователей — работников системы образования — реализуются сайтами муниципальных органов даже в меньшей степени, чем интересы родителей, а разрыв между предложением и спросом профессиональных пользователей также больше, чем разрыв между предложением и спросом родителей.

Ещё один важный показатель несоответствия спроса и предложения — низкий уровень уважения официальных сайтов системы образования к пользователям. Это проявляется в агрессивном дизайне, неудобном интерфейсе, сложной навигации, в использовании специализированного профессионального языка, непонятного многим пользователям. Эти характеристики сайтов довольно редко становятся объектом оценок в рамках различных рейтингов и мониторингов, поскольку имеют высокий уровень субъективности.

УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЕМ

Таким образом, информационные сайты школ и систем демонстрируют довольно существенный разрыв между спросом и предложением, при этом интересы самих школ (систем) также остаются вне зоны действия информационных систем.

Часто школы становятся «жертвами» открытости: их принуждают открывать информацию, которую они открывать не готовы. Например, существуют достаточно серьёзные риски неадекватного реагирования на негативные результаты самооценки школ как со стороны вышестоящего руководства, так и со стороны потребителей. С другой стороны, вышестоящие органы или другие внешние субъекты порой публикуют сведения о школах, не оценив перед этим возможных рисков. В частности, до сих пор не существует однозначного мнения о целесообразности открытой публикации полных баз данных и результатов разнообразных рейтингов.

Путь навстречу

Востребованность сайтов школ растёт, но в информационной открытости системы образования не работает рыночный механизм спроса и предложения: в российском образовании предложение задаётся централизованно, сверху, и значительно опережает спрос, частично формируя его. Что надо сделать, чтобы спрос и предложение начали двигаться навстречу друг другу?

В идеале позиция государства должна работать в формате урегулирования конфликтов, а не их провокации. А для этого необходимо, чтобы на уровне принятия нормативных регуляторов «третья сторона» учитывала интересы непосредственных участников взаимодействия, в первую очередь, — основных пользователей информации: педагогов, учеников, родителей. **НО**