

Маркет-мониторинговый потенциал тестирования образования

Пищулин Николай Петрович — первый проректор Московского городского педагогического университета, доктор философских наук, профессор, академик Российской академии естественных наук, Международной академии информационных процессов и технологий. E-mail: DorofeevaN@mgpu.ru

Пищулин Сергей Николаевич — старший преподаватель кафедры социологии МГИМО (УМИД РФ), главный научный сотрудник МГПУ, кандидат социологических наук.

Место тестирования в системе маркет-мониторинговых исследований

Значение тестирования в маркет-мониторинге

ММ по своей сути есть система контроля, испытания и отслеживания динамики происходящих в социуме изменений, в том числе и с помощью тестовых методик.

В ходе тестирования выделяются актуальные общественные процессы, отражающие социокультурную динамику, политические и экономические инновации, факторы прогресса и застоя, образовательные процессы, изменения социального движения. Маркет-мониторинговое тестирование фиксирует пороговые состояния психического и социального самочувствия человека, с достаточно высокой степенью достоверности позволяет проводить социальный психоанализ настроений и ожиданий, менталитета социальных групп, слоёв, страт, общественного напряжения. Тестирование отражает результаты общественно-исторического процесса и вероятные последствия действий субъектов социального процесса.

Маркетинговый мониторинг обслуживается сложной и хорошо отлаженной структурно-функциональной системой стандартизации тестовых испытаний, организации сбора и обработки данных. Заказчиками тестирования могут выступать частные лица (тестирование знаний, умений, навыков, что часто используется в РФ в ходе государственного централизованного тестирования абитуриентов вузов, знаний выпускников школы), органы государственной власти (тестирование чиновников на профпригодность), представители бизнеса (тестирование работников на лояльность), общественные организации (тестирование общественных деятелей на предмет искренности действий) и т.п.

Сферу применения тестирования в социуме, социологические аспекты маркет-мониторингового тестирования определяют его цели и задачи. Например, государственное централизованное тестирование выпускников средних школ призвано ввести в образовательную практику систему объективных предметных испытаний с итоговой аттестацией, облегчить ход экзаменационного процесса как для самих выпускников, так и для учителей, освободить время для подготовки к другим задачам. Тестирование абитуриентов вузов способствует отбору наиболее способных абитуриентов, установлению равных возможностей поступающим в вуз. Профессиональное тестирование позволяет респондентам получать знания о своих задатках и способностях; органам управления, руководителям образовательных учреждений — отбирать наиболее достойных претендентов на замещение вакантных должностей. Психологическое тестирование применимо в семейной жизни и для определения профиля личности в разных сегментах социальной сферы. Тестирование государственных служащих способно поставить барьер на пути не соответствующих служебным требованиям лиц, тестирование общественных деятелей и политических программ позволит обществу адекватно понимать цели и задачи различных общественно-политических сил и их лидеров. В целом тестирование способно более точно отразить социальную, образовательную действительность; психологический, интеллектуальный, профессиональный потен-

циал личности.

Возможности тестирования

Социально-психологическое тестирование ставит перед собой цель — использовать научные данные о потребностях, возможностях и недостатках человеческого организма при моделировании, проектировании и конструировании социальных процессов. Внедрение тестирования, например, в сферу социологии труда способно оказать благоприятное воздействие на динамику таких факторов, как повышение безопасности труда, сокращение производственного травматизма, повышение эффективности от внедрения новых образцов техники и оборудования, снижение утомляемости работника и обеспечение наиболее комфортных условий в урбанистических и технотронных системах, в процессе взаимодействия «человек—машина». Социологи труда и организаций — специалисты в области тестовой диагностики — занимаются главным образом решением задач социального прогнозирования на производстве, в образовательных и других государственных учреждениях, в сфере бизнеса и предпринимательства, делового администрирования.

Для достижения эффективной коммуникации в сфере мониторингового тестирования специалистам необходимо иметь комплексную подготовку по широкому ряду наук, применять в исследовательской теоретической и практической деятельности знания не только социологии, маркетинга, но и таких наук, как медицина, социальная психология, физиология, пато-психология, экономика, менеджмент и др.

Важная составляющая тестирования — сопоставление теоретической модели социального объекта с эмпирическим материалом, который собирается в ходе тестирования и аккумулируется в банки маркет-мониторинговой тестовой информации. Банки таких данных широко используются в социальной практике. Они содержат показатели на высококвалифицированных и способных специалистов в различных хозяйственно-экономических областях, в службах занятости и трудоустройства; картотека данных наиболее одарённых школьников по результатам предметного тестирования, ранжированная по предметам, профилям, социально-демографическим характеристикам и т.п., списки наиболее способных школьников и студентов, подготовленных к тем или иным видам учебной и профессиональной деятельности, тестирования.

Методология и методика тестирования

Методы тестирования

Методы тестирования представляют собой систему познания социальной реальности при помощи адекватных исследовательских процедур и технологий. Процедуры тестирования следует отличать от испытаний. Понятия: контроль, испытания, аттестация применяются при тестировании отдельных лиц. Процедуры тестирования связаны с тестированием больших групп респондентов, когда результаты обрабатываются в обобщённом виде. При этом не имеют значение фамилия, имя, отчество тестируемых, а социальное положение связывается с аналогичными показателями других респондентов данного выборочного массива. Методология тестирования представляет собой основу организации и проведения тестовых испытаний.

Методы тестирования формируются и находятся в постоянном процессе модернизации по мере накопления психологических, социологических, маркетинговых и других знаний, формирования новых направлений и концепций, школ и парадигм. В маркет-мониторинговом тестировании применимы самые разнообразные методы, такие, как сравнительно-исторический анализ, дисперсия и факторный анализ, методы структурного функционализма, системный анализ, контент-анализ и т.п.

Используется широкий веер конкретных технологий. Если выборочная совокупность не превышает 10–30 человек или тестовые процедуры не занимают много времени, то можно

использовать компьютерные тесты, адаптированные к условиям социологического опроса и позволяющие адекватно связывать результаты тестирования с социально-демографическими характеристиками тестируемых, социальных групп, которые они представляют (в разрезе учебного класса, студенческой группы, педагогической и иной общественности региона, страны). В случае, если тестированию подвергаются большие группы, то лучше проводить бланковые опросы. Наиболее часто применяются лабораторные и полевые тестовые обследования.

Сравнительная характеристика тестовых методик

Тестовые процедуры занимают важное место в методике и методологии мониторинговых, маркетинговых исследований, могут оказать поддержку не только учёным, но и всем, кто хочет понять причины своих проблем, добиться успеха в образовании и бизнесе, личной и общественной жизни. Существует широкий спектр тестовых методик, которые могут быть адекватно применены в образовательной сфере. Тесты позволяют определять степень развитости (в том числе и порогового состояния) интеллектуальных способностей, вычислять ещё не раскрытые задатки, которые в силу определённых психологических и социальных факторов не могут быть обнаружены в той или иной референтной группе. Тесты знаний позволяют объективно оценивать образовательный потенциал респондентов, сводя к минимуму волнения, стрессы, предвзятое отношение и т.п. Тесты достижений анализируют социальное положение и самочувствие респондентов, тесты на профпригодность вычисляют степень соответствия претендентов требованиям той или иной должности. С помощью тестирования можно рассмотреть динамику формирования и слагаемые в глазах общественного мнения имиджа отдельного человека и больших социальных групп, например, образ «новых русских». Тестирование способно диагностировать причины взлётов и падений столь модных сегодня рейтингов влиятельности, популярности и т.п., подсказать наиболее эффективные технологии общения и причины личного обаяния, без чего невозможен успех в рыночных условиях.

Тестовые методики условно можно классифицировать по различным основаниям. В социальной сфере наиболее распространены следующие профили тестирования:

- Тестирование состояний и свойств положения личности в социуме.
- Тестирование интеллекта, багажа знаний и потенциальных способностей.
- Тестирование социальных связей в семье, коллективе, межличностном общении.
- Тестирование профессиональных качеств, карьерных показателей, профориентационная диагностика.
- Тестирование социального и физиологического самочувствия.
- Социально-психологическое тестирование личностного потенциала, нереализованной социальной энергии.

Тестирование состояний и свойств положения личности в социуме

Можно привести в качестве примера следующие методики.

Шкала самооценки (Ч.Д. Спилберга, Ю.Л. Ханина) позволяет надёжно и информативно анализировать личностную самооценку респондентами своего положения в обществе, семье, школьном, студенческом, производственном коллективе. Шкала самооценки определяет удовлетворённость своим статусом, образовательными и иными достижениями, оценкой профессионально-личностных качеств окружающими. Уровень тревожности социальных групп показывает реактивную тревожность как состояние респондентов, которое существенно влияет на электоральные предпочтения, готовность (или отсутствие таковой) к активным или пассивным акциям общественного протеста и т.п.

Шкала самооценки характеризует особенности (характер, глубину и т.п.) восприятия респондентами социума, анализирует наиболее вероятные способы и пределы (в том числе крайние) реакции респондентов на те или иные ситуации. Например, будет ли тот или иной респондент, социальный слой при внутренней или внешней угрозе склонен к участию в со-

циальных коллизиях или займёт выжидательную позицию. Реактивная тревожность вычисляет склонность воспринимать объективно умеренную ситуацию как угрожающую для респондента или наоборот. Социальная тревожность определяется чувством подавляющей напряжённости, обеспокоенностью за своё положение, нервным отношением к окружающим факторам, например, к политике или экономике, учёбе, родителям, детям и др.

Слишком высокая степень тревожности является индикатором возможного социального взрыва. В этом случае реакция на социальные стимулы будет неадекватной, с нарушением внимания, координации. Тревожность вызывает, в свою очередь, эмоциональные и невротические срывы, те или иные формы девиантного поведения.

Однако тревожность не является только негативной чертой. Она характеризует уровень самозащиты человека в социуме, готовность к сопротивлению манипуляциям, возможность принимать адекватные социальные, в том числе электоральные решения на катаклизмы в обществе, во власти. Определённый уровень социальной тревожности — естественный фон социально активной личности, ответственности за порученное дело.

Слишком низкая степень тревожности свидетельствует о социальной пассивности респондентов, профессионально-личностной деградации, отсутствии сил к сопротивлению жизненным проблемам.

Ниже приводится...

Вариант опросника для выявления уровня тревожности.

ШКАЛА САМООЦЕНКИ

Дата ___

a — Высокая степень тревожности

b — Нормальный уровень социальной тревожности

c — Низкая степень тревожности

Негатив			Позитив				Негатив			
a			b				c			
-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	+5

СООБЩИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, НЕКОТОРЫЕ СВЕДЕНИЯ О СЕБЕ

ПОЛ:

1. Мужской
2. Женский

ВОЗРАСТ:

1. до 24 лет включительно
2. от 25 до 29 лет
3. от 30 до 39 лет
4. от 40 до 49 лет
5. от 50 до 59 лет
6. 60 лет и старше

ОБРАЗОВАНИЕ:

1. неполное среднее
2. среднее специальное
3. среднее
4. высшее естественное
5. высшее гуманитарное
6. высшее техническое
7. кандидат, доктор наук

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

1. республика, край, область
2. город
3. сельское поселение

ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, СВОЙ ЖИЗНЕННЫЙ УРОВЕНЬ

1. живу очень хорошо
2. живу хорошо
3. живу средне
4. живу плохо
5. живу очень плохо
6. затрудняюсь ответить

РОД ЗАНЯТИЙ:

1. рабочий
2. крестьянин
3. инженерно-технический работник
4. работник органов власти
5. военнослужащий, работник МВД
6. учитель, врач, работник культуры,
7. преподаватель вуза, техникума, работник науки
8. работник сферы услуг, торговли
9. предприниматель, коммерсант
10. работник частного предприятия
11. пенсионер
12. студент, учащийся
13. домохозяйка
14. безработный

ВАШЕ СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

1. женат (замужем)
2. холост (не замужем)
3. в разводе
4. гражданский брак

ЕСТЬ ЛИ У ВАС ДЕТИ:

1. да, 1 ребёнок
2. да, 2 детей
3. да, 3 и более детей
4. нет

ВАШЕ ОТНОШЕНИЕ К РЕЛИГИИ:

1. был и остаюсь верующим
2. не был верующим, но стал верить
3. был и остаюсь неверующим
4. был верующим, но перестал верить
5. хочу стать верующим

Тест пороговых состояний личности

Инструкция: Прочитайте внимательно каждое из приведённых ниже предложений и обведите соответствующую цифру в зависимости от того, как Вы себя ощущаете в данный момент или каково Ваше отношение к словам-символам

Условные обозначения:

- 1 — нет, это не совсем так
- 2 — может быть и так
- 3 — скорее, что это так
- 4 — да, это однозначно так

1. Я спокоен	1	2	3	4
2. Мне ничто не угрожает	1	2	3	4
3. Я нахожусь в напряжении	1	2	3	4
4. Я испытываю усталость от жизни	1	2	3	4
5. Я чувствую себя свободно	1	2	3	4
6. Я расстроен проблемами в семье	1	2	3	4
7. Меня волнуют возможные неудачи	1	2	3	4
8. Я чувствую себя полным энергии	1	2	3	4

9. Я встревожен ситуацией в стране	1	2	3	4
10. Я испытываю чувство удовлетворения работой	1	2	3	4
11. Я уверен в себе	1	2	3	4
12. Я не люблю, когда мною руководят	1	2	3	4
13. Я нервничаю	1	2	3	4
14. Я не могу найти своё место в жизни	1	2	3	4
15. Мне близки идеи коммунизма	1	2	3	4
16. Я взвинчен	1	2	3	4
17. Я люблю, когда люди мне подчиняются	1	2	3	4
18. Я не чувствую напряжённости	1	2	3	4
19. Я доволен собой	1	2	3	4
20. Я озабочен своими проблемами	1	2	3	4
21. Человек человеку — волк	1	2	3	4
22. Я слишком возбуждён	1	2	3	4
23. Мне приятно	1	2	3	4
24. Я счастлив	1	2	3	4
25. Я очень быстро устаю	1	2	3	4
26. Я легко могу заплакать	1	2	3	4
27. Деньги — это главное	1	2	3	4
28. Мой идеал — свобода, равенство, братство	1	2	3	4
29. Я более счастлив, чем другие	1	2	3	4
30. Я принимаю всё близко к сердцу	1	2	3	4
31. Я чувствую себя в безопасности	1	2	3	4
32. Я люблю всех людей	1	2	3	4
33. У меня бывает хандра	1	2	3	4
34. Я считаю себя демократом	1	2	3	4
35. Мне не хватает любви	1	2	3	4
36. У меня много друзей	1	2	3	4
37. Я совершенно здоров	1	2	3	4

Этот тест применялся в социально-психологическом и педагогическом контексте в исследованиях Лаборатории социального и психолого-педагогического мониторинга Московского государственного педагогического университета (МГПУ) и был призван давать проективную оценку профессионально-личностного профиля работников системы образования, яркой выраженности и акцентуированности социально и психологически значимых черт характера. Принципиальная новизна этого теста в том, что учитываются пороговые состояния самочувствия, наклонностей личности, коммуникативных и эмпатических способностей, когда определяется пограничное состояние между аморфной, нормальной и волюнтаристской личностью. Реальная валидизированная психолого-педагогическим процессом практика подготовки и реализации ОУП наглядно демонстрирует, что **в условиях рынка наиболее адекватны педагоги, умеющие находить в своей работе золотую середину** (средние значения для большинства позиций теста).

Личностные опросники активно используются в практике измерения профессиональных и психологических качеств педагогов на базе МГПУ.

Тесты разрабатываются таким образом, чтобы охватить многие атрибуты эффективности. Здесь можно назвать надёжность или валидность, дискриминативность, стандартизированность. В силу специфики профессионально-личностных характеристик респондентов труднее всего установить именно валидность.

Для адаптации этого теста использовался комплекс мероприятий, которые обеспечили адекватность теста применительно к системе образования. Здесь можно выделить следующие основные этапы, которые проходил данный тест в практике МГПУ:

- Анализ теоретических положений системы образования.
- Адаптация теста применительно к условиям использования.
- Проверка валидности и надёжности в соответствии с психолого-педагогическими критериями.
- Стандартизация теста на репрезентативных массовых и экспертных выборках.

По результатам теста получают следующие результаты, позволившие выявить пороговые переходы баллов в диапазоне от 37 до 148.

37–74 балла:

респонденты отличаются сдержанностью, умеренным темпераментом, замкнутостью, профессионально-личностными проблемами в интерактивном взаимодействии в педагогических системах учитель — ученик, учитель — педагогическая среда. Проблемы с расширением контактов, адаптацией к новым ситуациям и коллективам, замедленным переключением с одного вида психолого-педагогической деятельности на другой. Одновременно обладают высокой ответственностью, умением сдерживать свои невротические реакции, держать под контролем чувства и эмоции, педантичны в работе. Во взглядах консервативны, в хозяйственно-экономических вопросах экономны, иногда до скупости.

75–111 баллов:

респонденты отличаются общительностью и вниманием к людям. Способны к плодотворной работе в коллективе, отзывчивы, но стремятся слишком критиковать окружающих. Средняя устойчивость по отношению к эмоциональным раздражителям. Благоразумны, осторожны, рассудительны. Уверены в себе и своих возможностях. С развитым воображением, высокий творческий потенциал. Проблемы: поведение не всегда сбалансировано, иногда излишне резки в общении. Способны к работе в условиях вариантной напряжённости. Умеренно демократичны в своих социальных отношениях, в хозяйственно-экономических вопросах бережливы.

112–148 баллов:

респонденты отличаются очень высокой степенью общительности, лёгкостью в социальных контактах, которая часто переходит в поверхностность. Ярко выражена потребность в профессионально-личностном признании, широком круге друзей и знакомых, склонны к необдуманным действиям, способны инициировать организацию новых и незнакомых дел, но почти никогда не доводят их до конца, испытывают трудности в кропотливой работе. Склонны к агрессивности во внешних проявлениях эмоций. Очень демократичны во взглядах на жизнь, в хозяйственно-экономических вопросах расточительны.

Некоторые **мониторинговые ограничения** существуют на форму и содержание вопросов в тестах. При ответе на вопрос: «**Стимулируют ли вас препятствия или они вас удручают?**» специалист, который хочет поступить на работу на предприятие, сразу же сообразит, что нужно ответить, чтобы его кандидатура получила шанс пройти по конкурсу. Этот вопрос можно использовать как дополнительный, когда ситуация вынуждает субъекта к откровенности.

История тестирования. Слово «тест» происходит из старофранцузского языка и является синонимом слова «чашка» (по латыни означает «ваза из глины»). Этим словом обозначали маленькие сосуды из обожжённой глины, которыми пользовались алхимики для проведения опытов со сплавами. Понятно, что тестирование своим появлением обязано необходимости химической проверки тех или иных элементов. В английском языке это слово означает реакцию, опыт.

«Тест», «тестирование» принадлежат к категории слов, которые получили широкое распространение в XX веке. Этими словами стали называть любой ответ или реакцию на вопрос или загадку. Маркет-мониторинговый смысл такой реакции и ответов в их симптоматичности, проявлении в них истинного отношения респондента к сущности исследуемого факта, явления, процесса.

Далеко не все популярные методики тестирования являются валидизированными. В результате использования непрофессиональных тестовых методик подрывается доверие к научной значимости социального тестирования. Респонденты, прошедшие тестовые испытания и не получившие желаемого эффекта, разочаровываются в подобной социальной практике самопознания, улучшения межличностных отношений, выбора профессии, образования, спутника жизни. Реакция респондента, насколько бы она ни была симптоматичной и определяющей, будет тестом только тогда, когда, с одной стороны, стандартизированы ситуация и стимул, а с другой — поведение субъекта может быть оценено количественно путём статистического сопоставления с поведением группы субъектов, находящихся в той же ситуации. Пьерон предлагает следующее определение теста (это определение было принято

Международной ассоциацией психотехники на заре возникновения тестирования в 1933 г.): «Тест — это испытание, включающее в себя выполнение определённой задачи, идентичной для всех обследуемых субъектов, с применением точной техники для оценки успеха или неудачи или же для числовой записи результатов». Указанная задача может заключаться в выявлении приобретённых знаний (педагогический тест) либо сенсомоторных или психических функций (психологический тест).

Особое значение тестирование приобретает в педагогическом процессе, когда, например, с помощью проективных методик (например, ТЮФ — тест юмористических фраз) возможно проводить социодиагностическое изучение акцентуированных черт личности. Профессиональное тестирование может оказать неоценимую услугу учащимся и их родителям в вопросах ранней диагностики способностей и склонностей, что помогает избежать досадных ошибок в выборе жизненного пути выпускниками школ, вузов.

Метод тестирования появился в связи с возникновением практических проблем, поставленных развитием техники наряду с совершенствованием средств и способов проведения диагностических исследований профессионально-личностных качеств, адаптивных способностей, возможных электоральных и брачно-семейных предпочтений. Прежде всего была осознана необходимость решить проблему трудоустройства, возможных социальных последствий от принятия властными органами тех или иных решений, ведь тестирование проектировалось как способ «оптимального размещения нужного человека в нужном месте».

В самом деле, один человек более пригоден, чем другой, к той или иной работе, быстрее адаптируется, лучше её выполняет, его труд более производительен, он меньше устаёт, менее рискует вызвать аварию и испытывает больше удовлетворения от результатов своей работы, от общения с коллегами. Формируется осознание различий между индивидами, складываются методики градации респондентов согласно социально-демографическим характеристикам, предпочтениям, социальному поколению и жизненному опыту. Например, мужчины принимают своё решение о голосовании под впечатлением от программы кандидата, его жизненного пути, анализируют возможные действия кандидатов на выборные должности и их последствия для семьи, страны, себя лично; женщины в большей степени склонны голосовать из-за иррациональных, эмоциональных побуждений, под воздействием принципа «нравится — не нравится», личных симпатий или предубеждений. Успех или неудача в какой-либо ситуации зависит не только от ситуативных (случайных) обстоятельств, но и от определённых способностей, от взаимосвязи таких факторов, как образование, пол, место жительства, стабильность которых делает возможным предвидение.

Построение тестов

Верификация социальной гипотезы и справедливость предсказания связаны с понятием валидности методов, с помощью которых делается предсказание. Валидность призвана обосновывать соответствие тестовых методик и процедур (операционализованных понятий, тестовых операций и экспериментов) целям и задачам тестовых испытаний. При этом необходимо, чтобы изучаемые явления наблюдались объективно. Это практическое условие связано с понятием достоверности. Обоснование достоверности представляет собой метод (процесс) установления истины, обоснования истинности суждения, гипотезы в тестовых процедурах. В широком смысле — это любая процедура установления репрезентативной истинности какого-либо тезиса как при помощи теоретических рассуждений, так и посредством эмпирического материала.

Различные индивиды имеют различные способности. Например, по данным государственного предметного централизованного тестирования, школьники, получившие одинаковую подготовку и проявляющие одинаковое усердие, достигают неодинаковых результатов. Откуда эти различия?

Так в тестировании появилась концепция «способности», которая является врождённым условием определённой, в том числе образовательной эффективности. Врождённые элемен-

тарные способности в индивиде не могут быть принудительно изменены. Точнее, меняются, но в некоторых, закреплённых в генофонде пределах. На этом постулате базируется концепция измерения разнообразных коэффициентов интеллектуальности.

Коэффициент интеллекта (от англ. **intellectual quotient**) — степень развитости (неразвитости) интеллектуальных способностей человека, измеряемая по специальной методике путём систематизированных процедур (тестов). Вычисляется как отношение умственного возраста (УВ) к истинному, хронологическому возрасту (ИВ) изучаемого лица. КИ обозначается символом IQ и определяется по формуле. Например, $УВ/ИВ \times 100\% = IQ$.

УВ определяется результатами тестирования с помощью одной из возрастных шкал интеллекта. Наиболее известные тесты IQ были разработаны в США. Это тест Стэнфорда–Бине и шкала умственного развития детей Векслера. Интеллект и его тестирование стоят в центре внимания западной психологии. В 1905 г. Альфред Бине разработал тест для определения уровня психического развития умственно отсталых детей. Вскоре тесты на определение IQ стали использоваться на государственном уровне как научный способ подбора квалифицированных кадров инженеров, педагогов, бухгалтеров, физиков, государственных служащих.

Способность можно наблюдать и измерять только косвенным путём, то есть начиная с момента, когда она проявляется в какой-либо деятельности. Это косвенное измерение не противоречит научному подходу. Баллистики, не зная сущности гравитации, рассчитывают орбиты космических аппаратов, опираясь на измеренные и отражённые в точных формулах законы гравитационного взаимодействия. Определения интеллектуальности в социальном плане довольно гипотетичны. Если определять коэффициент интеллектуальности того или иного субъекта, прежде всего надо удостовериться, что метод измерения соответствует предварительной качественной оценке умственного развития личности.

Способность проявляется в том виде, в каком она была заложена в генах или развита, а нередко и деформирована опытом, жизнью в обществе, в школе, семье. Можно ли и каким образом отличить врождённый признак от того, который дали воспитание и образование? Вообразим, что мы отказываемся от оценки привнесённого извне и ограничиваемся измерением способностей в том виде, в каком они заложены в базе, являются врождёнными. Но возможно ли это? Можно ли изолировать одни способности от других, рассматривать врождённые способности как единственно ответственные за некоторые результаты? В такой ситуации мы бы обрекли педагогику и педагогов на пассивную роль ожидания запрограммированного природой успеха или неуспеха образования и воспитания, точнее отсутствия таковых.

Проблема приобретает реальную значимость, когда речь заходит о том, чтобы на основании какого-либо теста сделать прогноз или оказать коррекционно-упреждающее воздействие на человека или социальную группу, что применимо в ситуации выборов и в педагогике. Это касается не только оценок некоторых физических способностей (ловкость при ручной работе), но и более сложных случаев. Существует ли фактор умственного развития, который можно изолировать как таковой? Существует ли одна способность — играть на рояле, а другая — играть на скрипке или ещё какая-либо общая способность понимать и воспроизводить музыку? Не включает ли в себя последняя несколько условий и факторов?

На эти вопросы давались и даются разные ответы в зависимости от теоретических или практических позиций их авторов, опытных наработок. Остановимся подробнее на теории тестирования психологических типов **Ч. Ломброзо**. С помощью приёмов визуального и вербального тестирования итальянский психиатр и криминалист Ч. Ломброзо вычислил определённый социальный тип — маттоиды (в пер. с итал. — человек со странностями). Маттоиды — психологический и социальный термин, введён в употребление Ч. Ломброзо в книге «Гениальность и помешательство». Маттоиды — промежуточное звено в оригинальной социально-психологической типологии человеческих типов, переходная ступень в рамках амплитуды между гениальностью, нормальностью и откровенным помешательством. Маттоиды отличаются эмоциональными невротами, но не лишены способностей к наукам, образованию и т.п. Это особая разновидность людей, на которую и ранее указывали другие специалисты,

например, в интерпретации психологов — это невпропаты.

В маркет-мониторинговом, образовательном плане фиксация и анализ этого пограничного акцентуированного типа представляет большой интерес для государственных органов, учреждений, в том числе образования, и для частных. Принято разделять следующие социально-психологические типы маттоидов:

— истерические субъекты, ипохондрики — отличаются гипертрофированной впечатлительностью на социальные факты и явления, склонностью придумывать воображаемые беды, нереальные причины возникновения социальных фактов, сеять панику, распространять слухи;

— субъекты с преувеличенными инстинктами — отличаются неадекватным поведением в обществе, эмоциональными эксцессами или полным воздержанием от социальных контактов, пытаются увлечь за собой массы или отдельных людей;

— субъекты с интеллектуальными претензиями — неудержимые болтуны, не могут остановить поток красноречия, говорят без логической связи, могут увлечь своими словами других, но чаще лишь себя;

— субъекты со склонностью к морализированию — графоманы и клязники, чья деятельность приносит ущерб окружающим, социальной, психологической и политической жизни общества; могут организовывать преследование или стать инициаторами скандала.

Классификация типов маттоидов (по Ч. Ломброзо)

Нормальные люди

Гениальные люди

Помешанные люди

Маттоиды

При маркет-мониторинговом анализе, в практике образования следует опираться на тот факт, что маттоиды не являются психически больными людьми, отличаются сильной волей, даром внушения своих мыслей, энергией в достижении целей. Они являются собой предпороговые состояния «нормальной ненормальности» как в сторону помешательства, так и гениальности. Практически все маттоиды испытывают «комплекс непризнанного гения», требуют к себе особого подхода и при правильном коррекционно-упреждающем педагогическом и воспитательном воздействии могут успешно функционировать в социуме.

В последнее время со стороны потребителей тестовых услуг в сфере образования растёт число претензий, связанных с недостаточно корректным, а иногда даже ненаучным применением тестовых процедур. Думается, творческий потенциал мониторинга, маркетинга в разделённом и сопряжённом виде способен диагностировать пороговые состояния самих тестов с точки зрения их адекватности среде и объект-субъектным отношениям. Что такое маркет-мониторинговое тестирование? Это тестирование на основе формирования мониторинговых индикаторов, но приближённое с помощью маркетинга к требованиям рынка образовательных услуг. В рамках оптимизации процесса маркет-мониторингового тестирования представляется целесообразным применять модернизацию. Обычное тестирование имеет известные пороговые пределы в сфере своего применения, валидности и достоверности. В то же время практически все тесты рассчитаны на усреднённый уровень испытаний. По результатам тестирования, например, знаний, способностей, коммуникативных или профессиональных качеств можно говорить о соответствии респондентов некоей норме. В социально-гуманитарных науках давно идёт спор о том, существует ли норма как таковая.

Схоластическое, без учёта индивидуально-личностных, социально-стратификационных, образовательных особенностей применение тестирования является сомнительным, нередко ангажированным (подверженным внутренним тестам руководителя, его окружения, семьи и т.п.) способом ранжировки респондентов (оценки знаний, присвоения квалификационных разрядов, измерения степени интеллектуальности, профессиональных качеств личности, продвижения по службе, карьерной лестнице и т.п.). В больших количествах тестируемых выборок при их немониторинговом анализе может быть потеряно рациональное зерно: ода-

рённая личность, высококлассный специалист, талантливый писатель и т.д. Опыт и практика жизни убеждают, что все или почти все знаменитые в своих областях люди — в чём-то «чужаки». Следует в этой связи суметь угадать в школьном классе или в студенческой аудитории в таком «шалопое» или «разгильдяе» (по терминологии некоторых педагогов) будущих Эдисонов и Ломоносовых, Папановых и Никулиных, вычислить не только способных, но и гениально помешанных людей.

Остановимся подробнее на тестировании способностей или, как более принято в западной терминологии, интеллектуальном тестировании. Тестируемые, получившие высокие показатели IQ в ходе тестовых испытаний, далеко не всегда оправдывали свои интеллектуальные показатели в социальном плане. Например, не справляются со своими служебными обязанностями, и, наоборот, успешно действующие министры, признанные специалисты, академики были троечниками и даже двоечниками по многим школьным предметам, не блистали знаниями в студенческие годы.

В условиях социальной, образовательной вариантности, необходимости выработать принципиальные подходы к решению проблемных ситуаций, в которых кроме применения специальных знаний требуются сноровка, смекалка, деловые качества, холодный расчёт, респонденты, получившие самые высокие баллы в тестах, далеко не всегда успешно справлялись с поставленными перед ними задачами. То же самое происходит и в жизни с одарёнными, но акцентуированными, «зацикленными» на том или ином предмете, молодыми и взрослыми людьми.

В рыночной ситуации эта проблема возникает довольно часто, чтобы на неё обратили внимание учёные. Например, коммерческий банк или торгово-промышленная фирма набирают персонал на основе результатов тестирования среди некоторого количества кандидатов. В ходе тестовых испытаний применяются самые популярные методики. Однако в погоне за модой при тестировании часто теряются подлинная научность и жизненная целесообразность. Большинство фирм, использовавших рекрутинговый набор персонала, считали наиболее престижными для себя тех кандидатов, которые набирали максимально возможное количество баллов. На бумаге получалась идиллическая картина, согласно которой коэффициент интеллектуальности сотрудников фирмы был очень высок. В реальной работе этот персонал слишком часто не оправдывал возложенных на него надежд. Менеджеры принимали ошибочные решения, кризисные директора ещё более усугубляли положение дел на фирме (предприятии), имиджмейкеры не были способны своими советами помочь подобрать галстук, спичрайтеры писали несуразные тексты выступлений и т.п.

В то же время, по данным маркет-мониторинга, испытуемые (респонденты опросов), получившие в результате тестирования интеллекта одинаковое количество баллов, т.е. с якобы одинаковым уровнем развития абстрактно-логического мышления, по-разному использовали свои способности. Почти в 70% случаев испытуемые со средними, согласно данным тестирования, способностями решали профессиональные задачи, справлялись с жизненными коллизиями лучше, чем испытуемые с высоким уровнем IQ. Доля среди лиц с высокими способностями, добивающихся высоких успехов, всего только около 30%.

Тестирование как фактор профессионально-личностного процедурного отбора имеет, безусловно, ряд положительных импульсов. С точки зрения интеллектуального маркетинга, например, тесты способны точно (до 99% случаев) устанавливать нижние пороговые состояния (явный недостаток интеллекта, умственная отсталость) в кадровом, образовательном, профессиональном и ином менеджменте. Достаточно точны мониторинговые тесты на лояльность и благонадёжность, что является аналоговыми формами распространённого на Западе детектора лжи и полиграфа. Некоторые вопросы в таких тестах также позволяют с высокой долей вероятности фиксировать нелояльных или неблагонадёжных конкурсантов. В то же время действует и другая логика: люди самостоятельные, смеющие иметь и отстаивать своё мнение, способные на достаточно решительные действия, часто задевают ту низкую планку, которую устанавливает внутренний тест учителя, руководителя всех рангов от школьного директора до президента страны, директорского и президентского окружений.

Поэтому со всей остротой, особенно применительно к нашей стране, где традиционно «прав тот, у кого больше прав», встаёт вопрос о сопряжении большого арсенала человеческих, профессиональных качеств и их использовании в кадровых и иных службах. На практике наиболее употребимыми и валидными руководством всех уровней и всех сфер, по крайней мере нашей отечественной истории, остаются следующие маркет-мониторинговые принципы: личная преданность, лояльность (политическая, земляческая, дружеская, этническая, гендерная и др.) и главное — управляемость. Любые нарушения — вольнодумство, непочитание, «высовывание» — категорически недопустимы, тормозят продвижение по карьерной лестнице и даже приводят к выпадению из административной обоймы, власти.

Лица с высокой выраженностью интеллекта имеют специфические особенности, которые заключаются в необходимости особой адаптации аналоговых показателей интеллекта к условиям социокультурной реальности, требованиям непрерывно изменяющейся профессиональной карьеры. У них более выражены способности к абстрактно-логическому мышлению, стратегическому планированию, пространственному творчеству, сочинительству, изобретательности, многим специфическим видам математических знаний, таких, как, например, поиск «плавающей точки». Однако работодатели должны отдавать себе отчёт, что лица с высоким IQ в большой степени подвержены депрессивному синдрому, разочарованиям, не подкреплённой реальными фактами амбициозности, маниакальным проявлениям характера. Лица с низким IQ отличаются высокой степенью дисциплинированности и толерантности, являются очень хорошими исполнителями простых, чётких и ясных указаний, они управляемы, но, как правило, безынициативны. При этом работоспособность данной категории респондентов на уровне инструментализированной рутинной работы более чем на 50% выше, чем у лиц с высоким IQ.

Дополнительно можно сформулировать некоторые из тех условий, соблюдение которых является обязательным при применении маркет-мониторинговых тестов:

— **корректная интерпретация** результатов тестирования. Любой тест предназначен для фиксации отдельного психологического или социокультурного симптома (дидактический тест — для фиксации уровня наличного знания в определённой предметной области). Суммирование баллов по набору тестовых заданий (разных проявлений одного и того же симптома). На основе сведений об одном (пусть даже глубинном) симптоме нельзя строить прогноз относительно возможностей личности.

Тестирование следует вести в форме процедуры мониторинга, поскольку одноразовое тестирование, «точечные» замеры недостаточно информативны. Мониторинг предполагает динамику, комплексность и стандартизированность показателей тестирования, учёт резервов обучаемости субъекта, включение его в необходимую информационную, предметную и коммуникативную среду и т.д.

Его обязательными условиями являются:

— соблюдение принципа **конфиденциальности**. Информация по результатам тестирования может быть передана только самому тестируемому (его родителям) либо учителю (преподавателю), работодателю по согласованию с респондентом. Административным структурам (дирекции школы, приёмной комиссии вуза и проч.) подобного рода информация в принципе передаваться не может;

— соблюдение принципа **добровольности** и гарантия **свободы собственного поведения** в ситуации тестирования. Согласие на тестирование, выбор типа теста и уровня его выполнения — это прерогатива самого тестируемого. Впоследствии тестируемый сам решает, каким образом он будет использовать информацию, полученную им по результатам тестирования;

— недопустимость использования психологических средств (в том числе тестов) для какого-либо селектирования людей, принятия решения о судьбе человека помимо его собственной воли, основываясь на показателях тех или иных тестов, тем более если это решение заведомо ограничивает права и свободы гражданина.

Если эти принципы не соблюдаются, то в обществе возникает опасность формирования кастового, авторитарного режима, установления такого порядка общественной жизни, при

котором индивидуальные человеческие судьбы направляются и контролируются с помощью средств тотальной идеологизации или психологического зомбирования.

Ведь что такое тест? Это идеальный инструмент для разделения людей по определённым критериям, которые закладываются автором теста в его содержание и конструкцию. «Знай и делай, как я», — говорит автор теста.

Корреляции между тестовыми баллами, оценивающими уровень знаний абитуриентов, и учебной успешностью студентов в процессе обучения составляют весьма малую величину. Что это значит? По данным лаборатории мониторинга МГПУ, многие из тех, кто успешно проходит тестирование, в дальнейшем уступают в своих учебных достижениях другим, менее успешным. Это означает, если переходить от статистической зависимости к индивидуальным случаям, фактическое отсутствие связи между тестовой оценкой наличных знаний абитуриента и его последующими учебными успехами в вузе. Объяснить этот факт не составляет большого труда:

— во-первых, школьные знания не тождественны знаниям, на которых впоследствии будет строиться вузовское обучение. В то же время проверять какие-либо «другие» знания у выпускников мы не можем, специалисты вузов не имеют права составлять тесты-ловушки для вчерашних школьников;

— во-вторых, оценка уровня знаний в принципе недостаточна для прогноза успешности обучения, поскольку последнее зависит также от уровня и типа интеллектуальных способностей студента, его обучаемости, мотивации, определённых личностных качеств, наличия профессионально ориентированных ценностей. И если высокий уровень общеобразовательных знаний у абитуриента есть, а всё остальное — отсутствует, то труд тестолога будет напрасным.

Деятельность, которую инициирует тест, не характерна для одарённого человека: воспроизведение наличного знания и выбор одного правильного ответа из 3–4 вариантов для многовариантного, нестандартного мышления недостаточно. Но возникает вопрос: как быть с теми, кто не умеет быстро адаптироваться к новой ситуации, склонен к самостоятельным рассуждениям, предпочитает действовать за пределами нормативных знаний и т.п.? Их — в «отвал», ибо через сито «национальной системы тестирования» они явно не пройдут.

Любая массовидность, тем более тотальность тестирования, входит в противоречие с вариативностью, крайним разнообразием и разновидностью качеств, черт и свойств молодых и взрослых людей, одного отдельно взятого человека, с фактической невозможностью без огрублённого усреднения селектирования осуществлять единое государственное тестирование.

Ещё одно немаловажное обстоятельство. Дело в том, что тест как измерительный инструмент чрезвычайно чувствителен к уровню социализации тестируемого. Спрашивается: кто окажется «наиболее достойным» для обучения в вузе? Ответ во многом и изначально ясен: главным образом школьники из семей с достаточно высоким социально-экономическим статусом, положением в обществе. Подстраховочный ремень — не только репетиторы, персональные компьютеры, но и платное обучение, практикуемое сегодня всеми вузами. Кому «не повезло» с условиями своей социализации, те автоматически теряют шанс получить высшее образование, одновременно получая болезненную психологическую и социальную травму. Не трудно представить последствия от таких травм и потерь для общества.