

Бюллетень о сфере
образования

сентябрь 2017

13

Образование и креативная
индустрия в зеркале
международных
и отечественных практик



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Оглавление

Резюме	3
Траектория развития креативной индустрии: 1% активного населения Земли, 3% мирового ВВП	4
Центры креативной индустрии	4
Социокультурные эффекты	10
Российская траектория развития креативной индустрии	13
Международные программы развития креативной индустрии.....	17
Закон о высшем образовании Великобритании, 2017	18
Перечень основных мероприятий, профессиональных праздников, памятных дат в октябре-декабре 2017 г.	21
Мероприятия в сфере образования.....	21
Международные мероприятия.....	22

Резюме

В эпоху научно-технологических преобразований, массовой цифровизации и повышения роли интеллектуальной собственности креативная индустрия становится одной из важнейших сфер развития экономики и общества. Она определяет новые виды социально-экономического взаимодействия, способствует успехам государств. Оказывая прямое влияние на все сферы экономической деятельности, включая сферу занятости, креативная индустрия сама находится под влиянием образовательной политики, проводимой в стране.

Текущий выпуск бюллетеня о состоянии российского образования (№ 13) посвящен анализу потенциальных возможностей креативной индустрии для формирования креативного класса в России и влиянию образования на ее развитие.

Двадцатилетний опыт России в данной сфере свидетельствует не только об упущенных выгодах, но и о сохраняющемся огромном потенциале креативной индустрии для экономического роста как страны в целом, так и отдельных городов и регионов.

Влияние профессионального образования на креативную индустрию недооценено. Не обеспечивая потребности рынка труда, образовательная система создает условия для оттока молодежи, снижения предпринимательской инициативы, роста научно-технологических потерь и как результат – потерь экономических. Если в настоящее время долю креативной индустрии в ВВП можно оценить в 0,5%, то уже к 2025 году этот показатель может увеличиться в разы.

В то же время наблюдается определенное недоверие к отечественной креативной индустрии, что повышает для нее репутационные и экономические риски. Обладая огромным потенциалом, многие инициативы не могут пройти точку «взлета» вследствие отсутствия навыков управления и продвижения проектов, преодоления бюрократических преград, юридической неграмотности.

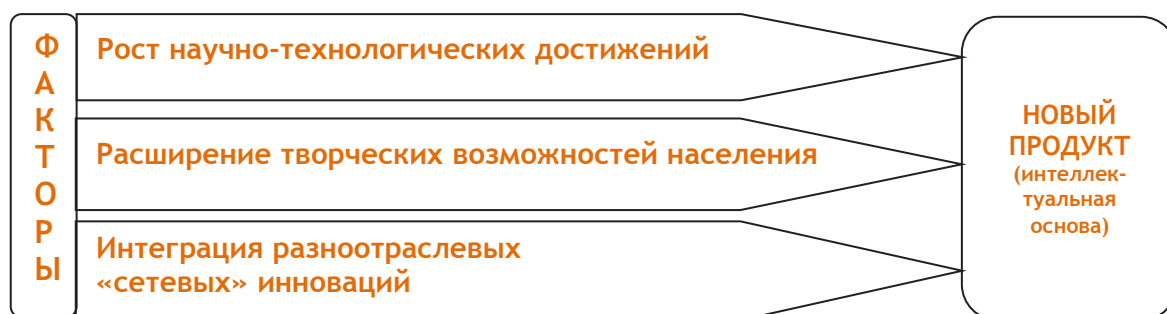
Траектория развития креативной индустрии: 1% активного населения Земли, 3% мирового ВВП

Впервые термин «креативная экономика» появился в журнале Business Week в 2000 году¹.

Приоритеты человеческой деятельности в самых разных областях связаны с креативностью, мобильностью, открытостью.

Креативная экономика основана на интеллектуальном труде, приносящем доход от торговли его результатами и правами на интеллектуальную собственность (источник экономической ценности), что в определенной степени меняет отношение к традиционным факторам производства (земля, рабочая сила, капитал).

Новые идеи, определяя инновационные изменения, влияют на облик и позицию страны в глобальном контексте. Формирование креативной экономики связано с рядом факторов.



Интеллектуальная собственность, становясь наиболее ценным экономическим ресурсом, создает условия для повышения темпов роста креативных отраслей, реагирующих на повышение спроса со стороны населения и бизнеса.

Центры креативной индустрии

Креативная индустрия (далее – КИ) находится на перекрестке искусств, культуры, бизнеса, технологий, что обеспечивает расширение ее влияния на деятельность и показатели множества отраслей экономики.

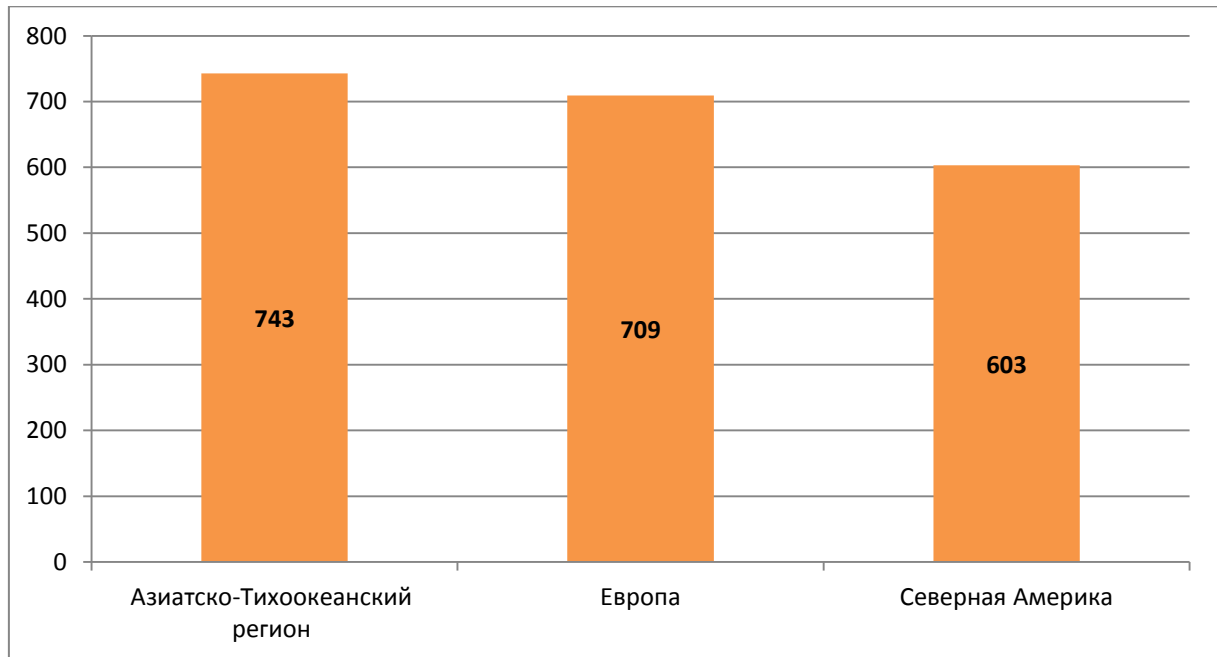
Такие определения, как «креативная индустрия», «креативный класс», «креативный город» входят в состав стратегических документов социально-

¹ The Creative Economy // Business Week, The 21st Century Corporation. August 28, 2000 (special double issue), August 28, 2000. P.1-5.

экономического развития в различных странах мира. Выделяется три крупнейших мировых рынка креативной индустрии (рисунок 1).

Рисунок 1

Среднегодовые доходы ведущих рынков креативной индустрии, млрд. долл. США



Источник: World Economic Forum, 2016

Азиатско-Тихоокеанский рынок КИ

33% доходов от общего объема продаж, обеспечивает 43% рабочих мест на рынке труда

АТР — крупнейший в мире рынок креативной индустрии с максимальной концентрацией потребителей, высочайшим спросом на газеты и видеоигры (на 14,2 п.п. и на 0,7 п.п. выше среднемировых значений соответственно), «дом» для ряда лидеров креативной индустрии. Например, выручка китайской компании Tencent, ключевого игрока в производстве игр и сервисов по обмену мгновенными сообщениями, в 2016 году составила в размере 22,9 млрд. долл. США. Японская газета «Yomiuri Shimbun» выходит тиражом 10 миллионов экземпляров в день. Индийская книжная индустрия — 10-й по величине книжный рынок в мире с самыми высокими темпами роста доходов от продаж книг.

Европейский рынок КИ

32% доходов от общего объема продаж, обеспечивает 26% рабочих мест на рынке труда

Европейский рынок креативной индустрии базируется на уникальной концентрации организаций, связанных с историческим наследием, искусством и модой. Например, 7 из 10 самых посещаемых музеев мира являются европейскими. Из 69 «креативных городов» 30 – европейские.

Великобритания – лидер на арт-рынке (особенно в области современного искусства). Французская компания Publicis является ключевым игроком в мировой рекламной индустрии. Крупные игроки креативной индустрии – WPP Group, Pearson, Axel Springer, Universal, Ubisoft и др. Европейская креативная экономика ежегодно приносит доход в размере 0,5 трлн. евро (около 4% от общего объема ВВП стран Европы)².

Североамериканский рынок КИ

28% доходов от общего объема продаж, обеспечивает 16% рабочих мест на рынке труда

Развитие рынка креативной индустрии в США и Канаде связано с рынком креативных сервисов и аудио-визуальных медиа – телевидения, кинопроизводства и радио (182, 28 и 21 млрд. долл. США соответственно).

Здесь сосредоточено наибольшее число потребителей цифрового культурного контента (47%), что больше, чем в Азии (25%) и Европе (24%).

Быстроразвивающимся рынком креативной индустрии является латиноамериканский (6% выручки мирового рынка КИ, 7% от общего числа рабочих мест), представленный мультимедийными конгломератами Grupo Globo (Бразилия), Grupo Televisa (Мексика) и Grupo Clarin (Аргентина), обладающими обширными интересами в медиа и не менее обширной аудиторией.

Перечень отраслей, относимых к креативному сектору экономики, различается в разных странах. Например, в Гонконге в состав креативных индустрий включают спорт, туризм и консалтинговые услуги. В Финляндии включаются парки аттракционов и рекреационная деятельность. Наиболее часто среди применяемых моделей классификации отраслей креативной экономики выделяются британская и американская модели, хотя существует и другие, включая, разработанную ЮНЕСКО и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС).

² EY. Creating growth: Measuring Cultural and Creative Markets in the EU, December 2014.

ОСНОВНЫЕ ОТРАСЛИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ ³	
Американский подход	Британский подход
<ul style="list-style-type: none"> - НИОКР - издательское дело - программное обеспечение - ТВ и радио - дизайн - музыка - кино - игрушки и игры - реклама - архитектура - исполнительские искусства - ремесла - видеоигры - мода и искусство 	<ul style="list-style-type: none"> - реклама - архитектура - ремесла - дизайн мебели - моделирование (дизайн) одежды - кино и видео - графический дизайн - развлекательное программное обеспечение (компьютерные игры) - живая и записанная музыка - исполнительское искусство - телевидение - радио и интернет - визуальное (изобразительное) искусство и антиквариат - писательское и издательское дело - музеи и наследие

В целом креативная индустрия охватывает 4 области, включающие от 8 до 14 укрупненных секторов (таблица 1).

Таблица 1

Области, укрупненные сектора и отрасли креативной индустрии

Области креативной индустрии	Укрупненные сектора креативной индустрии	Отрасли креативной индустрии
1. НАСЛЕДИЕ	Традиционное культурное самовыражение	<ul style="list-style-type: none"> – Художественные и традиционные ремесла и промыслы – Фестивали – Народные гулянья и праздники
	Культурные объекты	<ul style="list-style-type: none"> – Исторические памятники – Музеи – Библиотеки – Архивы и т.д.
2. ИСКУССТВА	Визуальные искусства	<ul style="list-style-type: none"> – Живопись, графика – Скульптура – Антикварат – Фотография и т.д.
	Исполнительское искусство	<ul style="list-style-type: none"> – Живая музыка – Театр – Танец

³ Howkins J. The Creative Economy. NY.: The Penguin Press, 2001, p. 116; Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries Programme. Creative Industries Mapping Document. London, 2001.

Области креативной индустрии	Укрупненные сектора креативной индустрии	Отрасли креативной индустрии
		– Опера – Кукольные театры – Цирки и т.д.
3. МЕДИА	Издание и тиражирование печатным способом	– Книги – Газеты – Журналы и пр.
	Аудио-визуальные медиа	– Цифровой контент – Программное обеспечение – Видеоигры – Анимация – Кино и пр.
4. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ТВОРЧЕСТВО	Дизайн	– Интерьеров – Графический дизайн – Мода – Ювелирн. изделий – Игрушки
	Креативные сервисы	– Архитектура – Реклама – Креативные исследования и разработки (НИОКР) – Услуги в сфере культуры – Услуги в сфере цифровых технологий и т.п.

Широкий спектр отраслей креативной индустрии создает для стран огромные возможности по планомерному выстраиванию уникальных тактик развития, обеспечивающих высокий уровень доходности в данном секторе экономики.

В Великобритании годовой доход креативной индустрии – 76,9 млрд. фунтов стерлингов⁴, а темпы роста креативного сектора втрое превышают среднегодовые темпы роста экономики страны (причем «дизайн», включая разработку продукта, графический дизайн и дизайн одежды, растет вдвое быстрее). Во Франции и Германии вклад креативной индустрии в нефинансовый сектор экономики в среднем составляет 3,65% при валовой добавленной стоимости равной 35 млрд. евро и 49 млрд. евро⁵ соответственно. В Голландии добавленная стоимость амстердамской креативной индустрии составляет 4,3 млрд. евро⁶.

⁴ The British Council Creative And Cultural Economy.

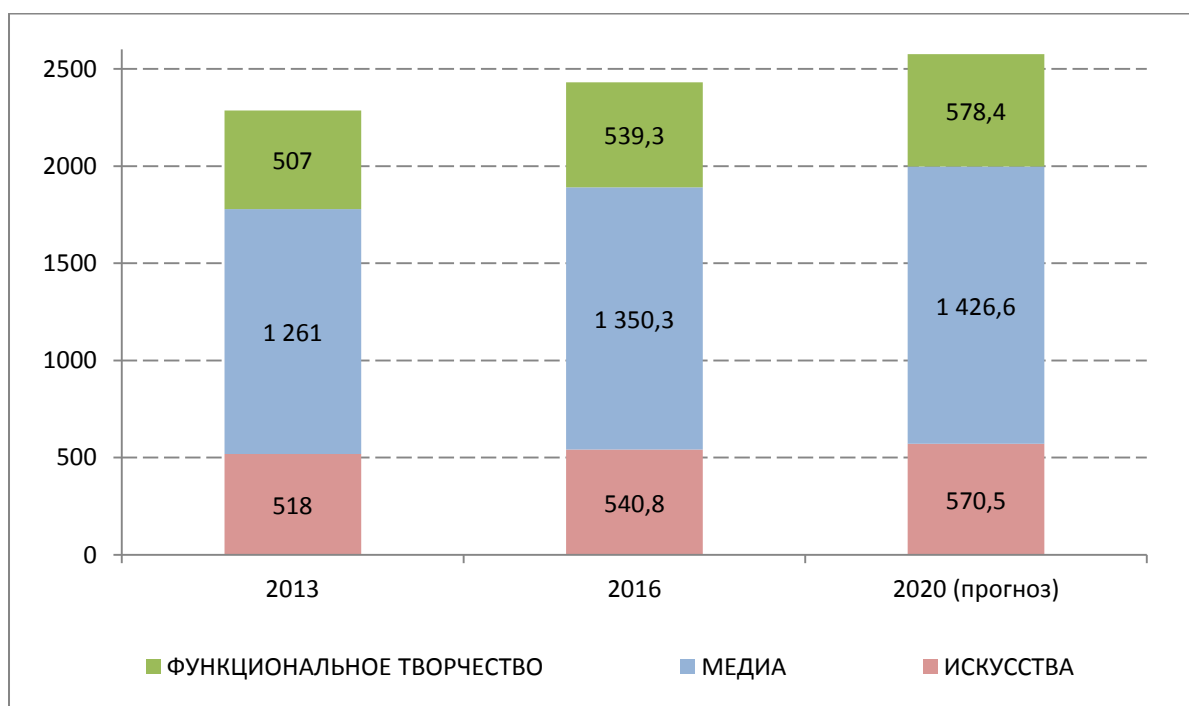
⁵ Europe's Creative Hubs, Enders Analysis, 2015.

⁶ Экономический совет Амстердама.

Сравнительная оценка доходов различных областей креативной индустрии свидетельствует об абсолютном доминировании медиапродукции и услуг (более 50% доходов креативной индустрии), где безусловным лидером является телевидение, формирующее около половины данных доходов. Немногим уступают ему газеты и журналы, высокая доля которых обеспечена в основном за счет интернет-версий изданий. Второе место по доходам среди областей креативной индустрии принадлежит искусствам, где более 70% приносит выручка от визуальных искусств. Третью позицию по доходам занимает функциональное творчество (более 20 % от суммарных доходов креативной индустрии), где ведущим сектором, определяющим изменения между отраслями креативной индустрии в 2020 году, являются креативные сервисы (рисунок 2).

Рисунок 2

Динамика доходов областей креативной индустрии за период с 2013 по 2020 год, млрд. долл. США



Источник: *The British Council Creative And Cultural Economy*

Влияние креативной индустрии растет и на рынке труда, особенно учитывая тот факт, что креативная индустрия, включая малый, средний бизнес и самозанятых, способствует развитию новых, гибких форм занятости. Благодаря новым подходам в организации труда происходит рост трудовой мобильности.

Социокультурные эффекты

Креативная индустрия имеет огромный социально-экономический потенциал для развития территорий. Отрасли креативной индустрии обеспечивают приемлемые формы занятости, в том числе для лиц с ограниченными возможностями здоровья, позволяют находить дополнительные резервы для развития сельских территорий, моногородов путем развития отраслей области креативной индустрии «Наследие».

Изменение уровня развития креативного класса в обществе – это барометр, определяющий развитие человеческого капитала, комфортность среды проживания, социально-экономическую стабильность регионов и стран мира.

Самая высокая доля креативного класса в Сингапуре – около 52%, Корее – 47%, Канаде – 43 %, США – 38 %, Австралии – 45 %, Индии – чуть более 30%, Малайзии – 27 %, Филиппинах – 22%

Каждый регион мира обладает собственным импульсом для развития креативной индустрии, определяющим специфику и облик страны. Так, например, за пять лет доходы от газет в Индии выросли с 2,64 до 4,37 млрд. долл. США. К 2019 году доля среднесуточных тиражей всех изданий Китая и Индии составит 57,3% мирового среднесуточного тиража (в 2014 г. показатель составлял 49,7%).

Несмотря на лидирующую позицию по численности занятых в области медиа (превосходит в 1,8 раза «Искусство» и почти в 5 раз – «Функциональное творчество»), темпы роста численности занятых в данной области снижаются, уступая темпам прироста «Функционального творчества» (рисунок 3).

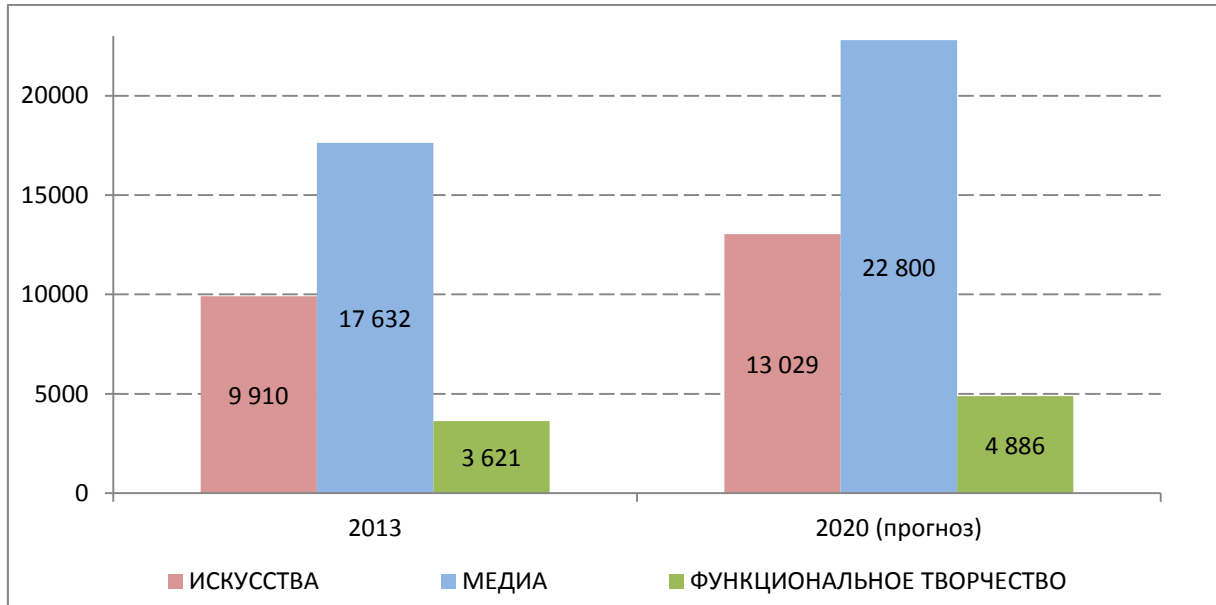
При сохранении общей тенденции доминирования на рынке труда креативной индустрии в области медиа, высокие перспективы роста рынка труда креативной индустрии связаны с такими укрупненными секторами креативной индустрии, как визуальное и исполнительское искусство (к 2020 г. будет создано около 10 млн. новых рабочих мест).

По численности занятых в укрупненных секторах креативной индустрии первые три места приходятся на «Визуальные искусства», «Исполнительское искусство» и «Аудио-визуальные медиа» (20%, 12% и 11% соответственно).

Минимальный показатель по численности занятых в укрупненных секторах креативной индустрии за «Традиционным культурным самовыражением», однако именно такая область креативной индустрии, как «Наследие» формирует приток капитала за счет развития внутреннего и внешнего туризма.

Рисунок 3

Изменение численности занятых в областях креативной индустрии с 2013 по 2020 год, тыс. рабочих мест



Источник: *Cultural Times: The First Global Map Of Cultural And Creative Industries, EY.*

Креативная индустрия способствует развитию рынка труда особо уязвимых групп населения (таких как молодежь и женщины). По сравнению с другими отраслями в креативной индустрии занято больше всего молодежи в возрасте от 15 до 29 лет (около 20%), высока здесь и доля самозанятых (их доля более 30%), малый и средний бизнес активно включается в данную сферу, высок показатель производительности труда.

Производительность работников кино и телевидения: в Южной Корее в 2 раза выше, чем в среднем по стране, в Китае произведено на 78% больше добавленной стоимости на 1 работника, чем остальная экономика.

В Европе в период экономической трансформации и переноса промышленных предприятий из центров городов (1970-1980-е годы) развитие отраслей креативной индустрии позволило перепрофилировать городские центры производств, создать новые рабочие места, решить проблемы с массовой безработицей, деградацией среды проживания, оттоком населения. Среди таких примеров – Манчестер (Великобритания), Лион (Франция), ряд городов в Рурской долине (Германия) и др. По количеству создаваемых рабочих мест в

Европе креативные индустрии занимают третье место, создавая в 2,5 раза больше рабочих мест, чем автомобилестроение.

Включение поддерживающих механизмов государственного регулирования только в таком секторе креативной индустрии, как «Традиционное культурное самовыражение», позволило повысить долю занятой молодежи (в общей численности молодежи) на 20%, снизив уровень безработицы среди этой категории населения.

Российская траектория развития креативной индустрии

Выручка российской креативной индустрии, которую можно примерно оценить в 8 трлн. руб. ежегодно, имеет существенный потенциал для роста.

В отличие от международной практики, где абсолютное лидерство за телевидением, среди отечественных отраслей креативной индустрии первая строчка принадлежит сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг, вторая – рекламе и маркетингу, а тройку лидеров по доходности замыкает отрасль издательская деятельность.

Таким образом, абсолютным лидером среди областей креативной индустрии, как и в случае с международной практикой, является «Медиа», но вторую позицию занимает «Функциональное творчество». Третье место делят области креативной индустрии «Искусство» и «Наследие».

Вместе с тем необходимо отметить, что в России, в отличие от международных практик, «Культурные объекты» и «Традиционное культурное самовыражение» (область креативной индустрии «Наследие»), превосходят среднемировые показатели в 5 раз. Креативная индустрия может стать одним из важных направлений роста ВВП, а ее вклад – увеличиться вчетверо менее чем за 10 лет.

Рост креативной индустрии по сравнению с традиционными отраслями экономики является более интенсивным. Однако за последнее десятилетие увеличение объема экспорта креативных услуг сопровождается опережающим приростом импорта товаров и услуг по этой категории. Это обстоятельство привело к тому, что, например, на рынке креативной индустрии для сферы образования каждый третий товар и услуга – зарубежного производства.

Около 70% продукции и услуг в сфере образования произведено зарубежными производителями, объем рынка товаров для хобби-творчества и ремесел в России в 22 раз меньше, чем в США, в год на 1 ребенка приходится около 500 рублей на покупку материалов для творчества.

Доля занятости населения России в креативной индустрии, по некоторым оценкам, составляет около 4% от общей численности трудоспособного населения страны. При этом порядка 30% приходится на малый и средний бизнес и еще около 2% – доля самозанятых в данной сфере.

По численности занятых первое место за отраслями IT, программного

обеспечения и компьютерных услуг (0,9 млн. рабочих мест), на втором месте – реклама и маркетинг с 0,8 млн.

Диспропорции в структуре занятости населения в отраслях креативной индустрии, по-видимому, будут нарастать. Это связано не только с принятием тренда на развитие цифровой экономики, но и с действием распределительного механизма в системе образования (в виде контрольных цифр приема). На фоне запуска в России программы по развитию цифровой экономики, в значительной степени определяющей последующее развитие кадрового потенциала отраслей ИТ, программного обеспечения и компьютерных услуг, кадровая политика сопутствующих отраслей, формирующих механизмы продвижения этих товаров и услуг на международные рынки, не выстроена.

На протяжении последних 5 лет наблюдается систематическое снижение количества обучающихся по направлениям подготовки «реклама и маркетинг», «издательская деятельность».

При высоких темпах роста российского лицензионного рынка (15-20% в год) отсутствие кадров в сфере деятельности по защите и контролю за использованием визуальных образов ежегодно формирует пул упущенной выгоды в размере более 50% выручки

Подготовка специалистов для области креативной индустрии «Наследие» почти сошла на нет (менее 0,01% от общей численности обучающихся по направлениям отраслей креативной индустрии). Художественное творчество и самозанятость – важнейшая тема, связанная с идеологией «Сделай сам» (Do It Yourself, DIY) – но фактически даже в Москве осведомленность населения о тенденциях и возможностях в сфере доступных творческих техник составляет менее 2%, в регионах же этот показатель ниже в разы.

Прогнозируемые последствия весьма ощутимы. Начиная с уже существующих экономических потерь от неразвитости российского лицензионного рынка (более 70% которого принадлежит иностранным компаниям и производителям лицензионных товаров под зарубежными брендами) до упущенной выгоды от неразработанности брендов (например, туристических зон, что ведет к снижению туристского потока и оттоку инвестиций).

Так, лицензирование анимационного контента для выпуска товаров для ИТ (является самым развитым сегментом российского лицензионного рынка) приносит правообладателю в год более 6 млрд. руб., но большая часть доходов достается зарубежным компаниям. Иностранные производители игрушек и

товаров для детей имеют более мощные маркетинговые технологии, вкладывая значительно больше средств в развитие своих брендов на территории нашей страны.

Экономический рост отраслей креативной индустрии зависит от людей, формирующих креативный класс. Производство креативного контента для создания широкого ассортимента потребительских товаров (с высокой добавленной стоимостью) в России затруднено по ряду причин, в том числе и по причине отсутствия единства системы обучения и повышения квалификации и подготовки кадров отраслевых специалистов для креативной индустрии (включая брендинг, маркетинговые технологии, дизайн, лицензирование объектов интеллектуального права и пр.).

Учитывая, что креативная индустрия, в нашей стране, не является четко определенным видом экономической деятельности, образовательные инициативы в отношении согласованной государственной политики и межведомственных действий отсутствуют. В то же время растущая роль креативной индустрии в мире ставит перед системой образования новые задачи.

Наряду с подготовкой кадров, обладающих компетенциями, необходимыми для работы в креативной экономике, важна система подготовки профильных специалистов, требующая разработки профессионального стандарта и формирование системы дополнительного профессионального образования и повышения квалификации на базе отраслевых объединений и профильных ассоциаций.

В развитие креативного сектора в рамках подготовки кадров огромный вклад вносит система высшего образования (среди занятых в отраслях креативной индустрии более 60% – с высшим образованием). Среди утвержденных приоритетных проектов в сфере высшего образования рассматриваемое направление отсутствует. При этом включение в приоритетный проект «Вузы как центры пространства создания инноваций» направлений по развитию и подготовке кадров креативных отраслей могло бы дать новый механизм для развития «уязвимых» территорий (моногорода, сельские поселения и пр.). Подтверждением сказанному являются ведущие города нашей страны, формирующие свои стратегии развития на основе динамичного развития креативного сектора экономики.

Креативная индустрия-2017: Москва – 9,5% от ВРП и 17% рабочих мест, Санкт Петербург – около 7% от ВРП и 10% рабочих мест.

Помимо Москвы и Санкт-Петербурга это направление стали осваивать также в городах Тольятти, Екатеринбурге и ряде регионов – Карелии, Московской, Архангельской и Рязанской областях.

Можно констатировать, что креативная индустрия в России имеет огромный потенциал для роста. Обеспечивая общий прирост объема производства, отрасли креативной индустрии способствуют повышению уровня занятости населения (что прежде всего актуально для молодежи) и снижению социальной напряженности. При этом роль образования становится определяющей для формирования креативного класса в стране. Создавая новые направления экономической деятельности, креативная индустрия формирует условия для диверсификации экономики, предоставляя варианты решений для моногородов, сельских поселений, расширяя включенность предприятий малого и среднего бизнеса.

Международные программы развития креативной индустрии

Креативная индустрия, приобретая все большее значение, становится основой для преобразования экономик развитых и развивающихся стран мира. Как правило, креативная индустрия первой осваивает инновационный ресурс, чаще создавая такой ресурс, откликаясь на новые запросы рынка. В этих условиях система образования прогнозирует будущие изменения, предопределяя стратегические направления развития отраслей и формируя системы подготовки кадров для «креативных профессий». Первопроходцами в этом направлении стали страны Европы, разрабатывающие концепцию «креативных профессий», определяя те виды индустрий, которые потенциально могут быть включены в меняющееся понятие креативного сектора экономики.

При этом переход на цифровые технологии задает новые требования к способам взаимодействия, определяет появление новых игроков на рынке, формируя пул инновационных креативных услуг.

Большая часть происходящих изменений связана с целенаправленными действиями правительств стран мира. Наиболее успешными можно считать европейские программы.

1. Программа ЕС «Креативная Европа» (2014-2020 гг.). Европейская комиссия разработала рамочную программу для поддержки культуры и аудиовизуального сектора. Совокупный бюджет программы составляет 1,5 млрд. евро.

2. Европейская инициатива в сфере инновационного развития дизайна (European Design Innovation Initiative) (2012-2015 гг.). Платформа для реализации инициативы представляет собой сеть из 11 проектных организаций, обменивающихся знаниями и опытом с целью создания нового типа мышления, распространения передовых методов работы и дизайна, а также инноваций на местном, региональном и национальном уровнях. Партнерами программы являются Великобритания, Бельгия, Дания, Эстония, Финляндия, Франция, Ирландия, Италия, Польша, Словения и Испания.

Среди успешно реализованных практик можно привести и ряд других программ:

Страна	Год	Наименование государственных программ развития
Австралия	1994	Австралийская программа культурной политики «Креативная нация» (Creative Nation)
	2013	«Австралия креативная» (Creative Australia)

Страна	Год	Наименование государственных программ развития
Сингапур	2002-2010	Программа «Преобразование Сингапура» (Remaking Singapore)
	2010-2015	Стратегия развития креативной индустрии Сингапура (Creative Industries Development Strategy)
Финляндия	2005-2015	Основные направления развития Финляндии (Finland Content)
Япония	2012-2015	Золотая стратегия развития Японии (Cool Japan Strategy)
США	2013-2017	Программа развития креативной экономики

Креативная индустрия — это множество отраслей и видов деятельности, связанных с созданием, производством, тиражированием и продвижением нового продукта или услуги. Это требует не только обновления программ, методических инструментов, оснащения и пр., но и обновления законодательной базы, касающейся прежде всего профессионального образования.

Закон о высшем образовании Великобритании, 2017

Правительство Великобритании на протяжении последних полутора лет готовило обновление закона о высшем образовании.

В мае 2016 г. с целью широкого обсуждения законодательных инициатив правительством была опубликована Белая книга «Успех в экономике знаний: обучение, социальная мобильность и студенческий выбор» и представлена система государственной оценки качества преподавания «The Teaching Excellence Framework (TEF)» (полный переход с 2020 года).

Система TEF была апробирована в 2017 году. Первые «пробные» результаты независимой оценки качества, проведенные независимой группой экспертов (включая ученых, студентов и представителей работодателей) были опубликованы в июне 2017 года.

Рейтинг TEF имеет три уровня:

- **золото** — "неизменно высочайшее качество профессионального образования Великобритании",
- **серебро** — "высокое качество, значительно и стабильно превышает базовый показатель порога качества, ожидаемого в системе"

профессионального образования Великобритании”,

- **бронза** – “положение удовлетворительного качества”.

В рейтинг были в том числе включены образовательные организации дополнительного профессионального образования и частные организации сферы профессионального образования.

Итоги предварительной оценке качества преподавания в 2017 г.: приняли участие 295 университетов, колледжей и альтернативных провайдеров высшего образования, из них получили золото – 26%, серебро – 50%, бронзу – 24%.

Лидеры в системе государственной независимой оценки качества преподавания «The Teaching Excellence Framework (TEF)»:

Место в рейтинге	Наименование	Сумма баллов
1	Coventry University	198,2
2	The University of Surrey	100,8
3	Loughborough University	100,3
4	De Montfort University	97,6
5	The University of Kent	94,5
6	University of Cambridge	87

После процедур оценки на 2017-2018 учебный год все учреждения, соответствующие основным стандартам, имеют право повышения платы за обучение (в соответствии с инфляцией).

На 2017-2018 учебный год максимальная стоимость обучения составляет 9 250 фунтов в год.

Закон о высшем образовании принят в апреле 2017 года (заменяя закон о дальнейшем и высшем образовании 1994 г.) для повышения конкурентоспособности вузовской системы Великобритании, расширения гарантий студентам и укрепления научно-исследовательского сектора. Закон включает четыре части:

- Часть 1. Полномочия по регулированию высшего образования студентом и деятельность «студенческого комитета» («должен быть рыночным регулятором и защищать интересы студентов»);

- Часть 2. Внесение изменений в законодательство о студенческой финансовой помощи и процедуре обжалования студентом;
- Часть 3. Формирование Ассоциации научных исследований и инноваций Великобритании, с определением ответственности за регулирование и финансирование научных исследований (формируется путем объединения семи исследовательских советов);
- Часть 4. Переходные механизмы и обмен данными (с созданием Национального реестра объединений студентов, для расширения механизмов по возмещению ущерба).

Среди приоритетов в системе профессионального образования определены:

- высокое качество образовательных организаций;
- расширение возможностей для обучения студентов;
- рост гарантированности трудоустройства выпускников;
- соответствие стоимости обучения качеству услуг.

Перечень основных мероприятий, профессиональных праздников, памятных дат в октябре-декабре 2017 г.

Мероприятия в сфере образования

ФОРУМ «ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ» (16-18 октября, г. Москва).

Ежегодный форум «Открытые инновации» проводится в Москве с 2012 года под эгидой Правительства Российской Федерации и среди участников формирования инновационной экосистемы по праву считается уникальной дискуссионной площадкой. Основная цель Форума – развитие и коммерциализация новейших технологий, популяризация мировых технологических брендов и создание новых инструментов международного сотрудничества в сфере инноваций.

ЕЖЕГОДНАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА «ВУЗПРОМЭКСПО – 2017» (13-14 декабря, г. Москва).

Ежегодная национальная многоотраслевая выставка, которая проходит под патронажем Министерства образования и науки Российской Федерации, включает: научные конференции, семинары, конкурсы. Главная тема ВУЗПРОМЭКСПО-2017 – «Наука и бизнес. Ответ на большие вызовы».

Профессиональные праздники

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ УЧИТЕЛЯ (5 октября).

Праздник учрежден ЮНЕСКО в 1994 году и обычно отмечается в первое воскресенье октября. В России до 1994 года, по указу Президиума Верховного Совета СССР от 29 сентября 1965 года, День учителя отмечался в первое воскресенье октября. В настоящее время, согласно указу Президента Российской Федерации, Международный день учителя в России отмечается 5 октября.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ ШКОЛЬНЫХ БИБЛИОТЕК (21 октября).

Ежегодно в четвертый понедельник октября отмечается Международный день школьных библиотек. Этот праздник был впервые отмечен в 1999 году по инициативе ЮНЕСКО. В 2005 году Международный день школьных библиотек приобрел официальный статус, который был подтвержден главой Международной ассоциации школьных библиотек.

Праздник призван привлечь внимание общественности к школьным библиотекам, их оснащению и обеспечению современной литературой в

достаточном количестве. В связи с этим нередко одним из главных событий празднования Международного дня школьных библиотек становится добровольный сбор книг для библиотек, а также проведение презентаций, встреч, конференций и других мероприятий с участием школьных библиотекарей.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ ТОЛЕРАНТНОСТИ (16 ноября).

Международный день толерантности был установлен ЮНЕСКО в 1995 году в честь 50-летнего юбилея этой организации и принятия Декларации принципов терпимости государствами – членами ЮНЕСКО.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ СТУДЕНТОВ (17 ноября).

Международный день студентов был установлен 17 ноября 1946 года на Всемирном конгрессе студентов, состоявшемся в Праге, в память о чешских студентах-патриотах, один из которых погиб во время демонстрации, прошедшей в 1939 году в честь годовщины образования Чехословацкого государства.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ ИНВАЛИДОВ (3 декабря).

В 1992 году в конце Десятилетия инвалидов ООН (1983-1992 годы) Генеральная Ассамблея провозгласила 3 декабря Международным днем инвалидов. Это Десятилетие было периодом повышения информированности и принятия мер в целях улучшения положения инвалидов и обеспечения для них равных возможностей. Позднее Ассамблея призвала государства-члены проводить мероприятия в ознаменование Дня, имея в виду дальнейшую интеграцию в жизнь общества лиц с инвалидностью. Проведение 3 декабря Международного дня инвалидов направлено на привлечение внимания к их проблемам, защиту их достоинства, прав и благополучия, на привлечение внимания общества к тем преимуществам, которые оно получает от участия инвалидов в политической, социальной, экономической и культурной жизни.

Международные мероприятия

КОНФЕРЕНЦИЯ АЛЬЯНСА ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ (6-8 октября, Нидерланды). Организована Союзом по международному образованию (<http://www.intedalliance.org>). Язык: английский.

КОНФЕРЕНЦИЯ ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ АМЕРИКИ – 2017/

КОНФЕРЕНЦИЯ АМЕРИКАНСКИХ КОНТИНЕНТОВ ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ (11-13 октября, Канада). Организована Национальным комитетом Канады по образованию (<https://www.caie-caei.org/en/national-committee-caie-canada-2017>). Язык: английский.

ВСЕМИРНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ОБРАЗОВАНИЮ 2017 (WCEDU 2017) (12-13 октября, Шри-Ланка). Организована World Conference on Education. (<http://educationconferences.co>). Язык: английский.

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ОБРАЗОВАНИЮ ИРЛАНДИИ (23-26 октября, Ирландия). Организована Ассоциацией международного образовательного обмена (IICE). (<http://www.iicedu.org>). Язык: английский.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС ПО ВОПРОСАМ ОБРАЗОВАНИЯ (WCE) (12-14 ноября, Великобритания). Организован обществом Infonomics. (<http://www.worldconedu.org>). Язык: английский.

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И ИННОВАЦИЙ (ICERI2015) (14-15 ноября, Испания). Организована Turning Technologies, ETS Global B.V. (<http://iated.org/iceri>). Язык: английский.

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ АССОЦИАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ISANA (3-6 декабря, Австралия). Организована Ассоциацией международного образования (ISANA). (<http://www.isanaconference.com/> или <http://www.conferencedesign.com.au>). Язык: английский.

6-Й ГЛОБАЛЬНЫЙ САММИТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ – 2017 (4 декабря, Малайзия). Организована WorldConferences.net (<http://worldconferences.net/gse>). Язык: английский.

ЛОНДОНСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ОБРАЗОВАНИЮ/ INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION (LICE-2017) (11-14 декабря, Великобритания). Организована Кембриджским Университетом (<http://liceducation.com>). Язык: английский.

ac.gov.ru/publications/



facebook.com/ac.gov.ru



twitter.com/AC_gov_ru



youtube.com/user/analyticalcentergov



linkd.in/IrGDqJU