



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ИСТИНА
ОБРАЗОВАНИЯ

АКТОРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ: ЦЕННОСТИ И МОТИВАЦИЯ

ISSN 2587-9456

ФАКТЫ ОБРАЗОВАНИЯ
Выпуск № 6 (21) 2018

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ ОБРАЗОВАНИЯ

**АКТОРЫ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ИННОВАЦИЙ:
ЦЕННОСТИ
И МОТИВАЦИЯ**

Серия
Факты образования

Выпуск № 6 (21) 2018



УДК 304.5
ББК 74.04
X 12

Сопредседатели редакционного совета серии:

В.А. Болотов, д.п.н., научный руководитель Центра мониторинга качества образования Института образования НИУ ВШЭ,
И.Д. Фруммин, д.п.н., научный руководитель Института образования НИУ ВШЭ

Комитет по подготовке серии:

С.И. Заир-Бек, к.п.н. — ответственный выпускающий редактор номера,
А.А. Беликов, Р.В. Горбовский

Рецензент:

К.В. Зиньковский

Авторы:

Т.Е. Хавенсон, Д.О. Королева, А.А. Лукина
(Институт образования НИУ ВШЭ)

Инфографика:

И.А. Афанасьева

Акторы образовательных инноваций: ценности и мотивация /
X 12 Т. Е. Хавенсон, О. Д. Королева, А. А. Лукина; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2018. — 24 с. — 300 экз. — (Факты образования № 6(21)).

Выпуск посвящен процессу развития низовых инноваций в российской системе образования. Анализируются данные Конкурса инноваций в образовании (КивО), организуемого с 2014 г. Институтом образования НИУ ВШЭ. Описаны ценности и мотивы, которые определяют направленность проектов инноваторов в образовании. Полученные результаты дают понимание жизненных ориентиров инноваторов и факторов, стимулирующих создание инноваций. Знание о мотивах и ценностях позволит продвинуться в понимании того, что собой представляет социальная группа инноваторов, деятельность которых неизбежно меняет практики и правила игры в образовании. Результаты могут быть использованы для разработки эффективных инструментов поддержки и развития низовых образовательных инициатив.

Материал представляет интерес для исследователей инновационных проектов и стартапов, предпринимателей в области образования, а также для аналитиков и управленцев, занимающихся вопросами образовательной политики.

Публикация подготовлена при поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-03-00837 «Исследование роли низовых инноваций в процессе модернизации российского образования».



В серии «Факты образования» публикуются обработанные данные — как полученные из открытых и официальных источников, так и собранные в рамках собственных эмпирических исследований.

Задача серии — дать управленцам, политикам и всем, кто заинтересован в развитии образования, надежные факты для анализа, суждения и принятия решений. В серии не планируется публикация экспертных мнений. При этом выбор данных для анализа, как и способ их представления, отражает приоритеты образовательной политики.

Редакционный совет готов сотрудничать с органами управления образованием разных уровней, с исследователями образования в совместном поиске и представлении новых данных о системе образования. Мы уверены, что нельзя управлять такой гигантской и важной для миллионов граждан системой, какой является система образования, без надежной и доступной широкому кругу потребителей информации.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Низовые инновации в системе образования	6
Ценностные ориентации инноваторов	8
Мотивы инноваторов	10
Социальный мотив	11
Мотив самореализации	12
Статусный мотив	13
Финансовый мотив	14
Клубок мотивов	15
Выводы	17
Заключение	18
Список литературы	19

ВВЕДЕНИЕ

В представленном материале показан процесс развития низовых инноваций в российской системе образования. Исследуются данные Конкурса инноваций в образовании (далее — КИВО), проводимого с 2014 г. по инициативе Института образования НИУ ВШЭ. Описаны ценности и мотивы, которые определяют направленность проектов инноваторов в образовании. Полученные результаты дают понимание жизненных ориентиров инноваторов и факторов, стимулирующих создание инноваций. Знание о мотивах и ценностях позволит продвинуться в понимании того, что собой представляет социальная группа инноваторов, деятельность которых неизбежно меняет практики и правила игры в образовании. Результаты могут быть использованы для разработки эффективных инструментов поддержки и развития низовых образовательных инициатив.

Материал представляет интерес для исследователей инновационных проектов и стартапов, предпринимателей в области образования, а также для аналитиков и управленцев, занимающихся вопросами образовательной политики.

Публикация подготовлена при поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-03-00837 «Исследование роли низовых инноваций в процессе модернизации российского образования».

НИЗОВЫЕ ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

На сегодняшний день в теории инноваций выделяются два типа инноваций по принципу их внедрения [3; 5; 7]: инновации «сверху» и инновации «снизу», или низовые. Инновации «сверху» проводятся стейкхолдерами¹ путем административных методов с использованием финансовых, управленческих и других каналов. Решение о проведении принимается на высшем уровне и передается на исполнение в нижестоящие структуры. Подобные инновации, как правило, направлены на реформирование системы в целом и носят комплексный характер.

Инновации «снизу», или низовые инновации (*«grassroots innovation»* — от англ. «корни травы»), возникают обычно вследствие других процессов — как реакция на изменения во внешней среде, появление новых потребностей. Предполагается, что изучение процессов низовых инноваций может дополнить картину изменений в системе образования.

Под низовыми инновациями мы понимаем процессы разработки, внедрения и распространения новых образовательных продуктов. Эти процессы имеют ризоматический характер, осуществляются акторами на самых разных иерархических уровнях системы, а также вне ее, иницируются снизу и не обязательно поддерживаются государством. Движущей силой инноваций «снизу», в первую очередь, являются личные или профессиональные интересы участников самого процесса. Таким образом, присутствие в системе образования инноваций такого типа может рассматриваться, с одной стороны, как индикатор дефицитов самой системы, а с другой — демонстрировать ниши, имеющие высокий потенциал для роста и привлечения в систему новых акторов, появления новых элементов системы, а также выстраивания новых типов отношений.

Наше исследование, как было указано ранее, построено на данных КИВО. Особенности проведения этого конкурса, а именно отсутствие жестких требований к тому, каких элементов образования должен касаться инновационный проект, к типу образовательных задач, к составу проектной команды и т.д., позволяют рассматривать проекты конкурса как низовые инновации.

Конкурс не задает ограничений в профессиональной принадлежности инноваторов: в нем принимают участие как те люди, деятельность которых непосредственно связана с образовательной системой (учителя, преподаватели вузов, административные работники), так и внешние акторы (предпринима-

¹ Англ. *stakeholder* – понятие, охватывающее группу лиц, человека или отдельные организации, чьи действия, поведение или решения могут влиять на успешность системы.

тели, работники сторонних организаций). В нашем исследовании эти группы участников названы внутренними и внешними инноваторами соответственно.

Более половины участников обычно составляют женщины. Инноваторы являются довольно молодой группой: средний возраст участников 38 лет, а 75% — не старше 47 лет. Большинство имеют высшее образование, у трети есть ученая степень кандидата или доктора наук. Исходя из иерархии ролей в конкурсных командах, опрашиваются как руководители, так и обычные участники проектов; первые составляют более половины выборки. В конкурсе принимают участие примерно равное количество внешних и внутренних инноваторов.

Результаты исследований на базе КИвО объединены в серию материалов, связанных общей темой низовых образовательных инноваций в российской системе образования:

1. **Что** собой представляет ландшафт этих инноваций?
2. **Зачем** они создаются (каковы мотивы и ценности)?
3. **Кто** является их актором (генератором)?

Исследование процесса развития низовых инноваций в современном российском образовании даст актуальную картину происходящего и позволит наметить пути развития и интеграции в систему образования нового компонента, а также поможет оценить возможные эффекты от поддержки «низового компонента» сферы образования в институциональном и общесистемном контекстах.

* * *

Данная работа продолжает тематическую серию, посвященную низовым инновациям в российской системе образования, и затрагивает второй из поставленных вопросов. Первый выпуск был посвящен ландшафту образовательных инициатив [9].

В представленном материале рассматриваются ценностные ориентации и мотивы инноваторов. Знание об этих характеристиках позволяет оценить качество и потенциал низовых инноваций в образовании, а также получить представление о том, что играет роль ключевых факторов, побуждающих акторов к реализации инновационных инициатив. Выявление последних, в свою очередь, может служить инструментом для стейкхолдеров по формированию благоприятной среды для развития инноваций и выработки механизмов для поддержки креативных агентов.

Эмпирическую основу исследования составили базы данных участников КИвО 2014 г. (304 респондента) и 2015 г. (437 респондентов). Ценностные ориентации выявлялись с помощью портретного опросника Ш. Шварца. Мотивы измерялись с помощью шкалы причин основания бизнеса, разработанной в рамках «Панельного исследования динамики предпринимательства» (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics) [1].

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ИННОВАТОРОВ

Ценности задают направление интересам и устремлениям личности, определяют основные жизненные установки и склонности. От набора ценностей зависит, как человек ведет себя и принимает решения.

Согласно теории Ш. Шварца [8], жизненные ориентиры человека обусловлены десятью ценностями, каждой из которых соответствует определенное направление действий [8: 4–7]:

1. Самостоятельность (*Self-Direction*) — независимость во мнении, в принятии решений, креативность, склонность к новизне
2. Риск/новизна (*Stimulation*) — поиск нового, эмоциональность, склонность к приключениям
3. Гедонизм (*Hedonism*) — поиск удовольствий, чувственность
4. Достижение (*Achievement*) — стремление к личному успеху, демонстрация собственных умений в социально одобряемых видах деятельности
5. Власть/богатство (*Power*) — желание добиться социального статуса и престижа, контроля и доминирования над людьми или ресурсами
6. Безопасность (*Security*) — предпочтение безопасности, гармонии и стабильности, устойчивости в общественных и личных отношениях
7. Конформность (*Conformity*) — сдержанность в высказывании собственного мнения, в действиях, которые могут противоречить общественным нормам и ожиданиям
8. Традиция (*Tradition*) — соблюдение традиций, договоренностей, принятие идей и правил существующей культуры или религии
9. Благожелательность (*Benevolence*) — обеспечение и сохранение благополучия близких для индивида людей
10. Универсализм (*Universalism*) — понимание, толерантность, действие на благо всех людей и природы

Наиболее значимые ценности для инноваторов в области образования — *самостоятельность, универсализм и благожелательность*.

Высокий показатель *самостоятельности* говорит о том, что инноваторы не испытывают страха перед новым, они изобретательны и любопытны. Инноваторы готовы действовать независимо от мнения других, полагаясь на собственные умения и возможности.

Значимость ценностей *универсализма* и *благожелательности* означает, что инноваторы направляют свою активность на улучшение жизни окружающих, заботятся об общем благосостоянии. Универсализм — это позитивное отношение к людям в целом, желание всеобщего мира и благополучия. Благожелательность, в свою очередь, адресована ближайшему окружению человека: членам семьи, коллегам, друзьям и знакомым.

Безопасность, *достижение* и *риск/новизна* — ценности, которые выражены у инноваторов в образовании на среднем уровне. В целом, эти установки имеют определенное значение: инноваторы хотели бы жить в стабильном обществе, они заинтересованы в том, чтобы их деятельность была оценена по достоинству, в уважении других и самоуважении. Однако эти ценности для них не настолько важны, чтобы служить доминантой, обуславливающей их поведение.

Ценности *гедонизма*, *традиции*, *конформности*, *власти/богатства* не свойственны инноваторам: они не хотят действовать в угоду другим, пренебрегая собственным мнением и интересами, и не боятся нарушить общественные нормы. Инноваторы не стремятся получить и удержать власть, которой не достигли сами.

Общая картина ценностей инноваторов в образовании по результатам опроса в рамках КИВО представлена на рис. 1.



Рис. 1. Средние баллы по ценностным индексам в опросе участников Конкурса инноваций в образовании

МОТИВЫ ИННОВАТОРОВ

Мотивация — еще один драйвер деятельности человека. Мотивы отвечают на вопрос о том, почему человек в данный момент делает именно то, что он делает [2]. В нашем случае мотивы инноваторов определяют направленность, ход развития и перспективы их инициатив.

Деятельность инноваторов стимулируется четырьмя типами мотивов: *социальным, самореализации, а также статусным и финансовым*. Каждый из мотивов отражает определенные стремления и цели (рис. 2).

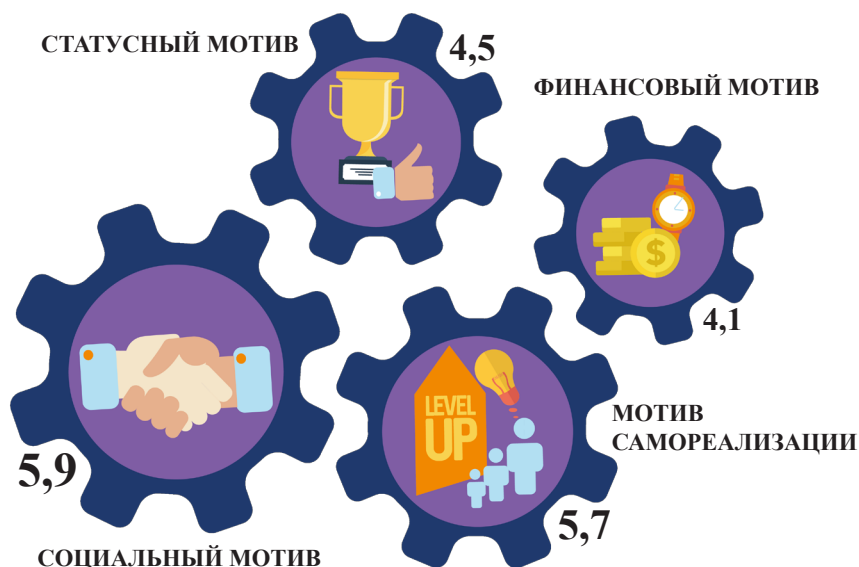


Рис. 2. Средние значения выраженности мотивов инноваторов (выраженность каждого мотива измеряется по шкале от 1 до 7)

В качестве инструмента для измерения мотивов инноваторов была выбрана шкала «Причины основания бизнеса», разработанная в рамках «Панельного исследования динамики предпринимательства» Мичиганского университета [1]. В основе шкалы лежит масштабный метаанализ работ в сфере предприни-

мательства. Инструмент активно используется в современных исследованиях, апробирован и валидизирован для ряда стран [4; 6]. Данные, представленные в настоящей работе, получены на основании валидизированной авторами русскоязычной версии этого опросника.

Социальный мотив

Социальный мотив отражает стремление инноваторов помочь другим людям, улучшить их жизнь. Интерес к реализации проектов связан с желанием принести позитивные изменения в образование и общество в целом. Инноваторы чувствуют необходимость трансформаций, переживают за будущее образования. Они готовы действовать активно для развития образовательной системы и осознают в этом собственную ответственность.

Этот мотив высоко выражен у акторов, работающих как внутри системы, так и за ее пределами (внутренние и внешние инноваторы) (рис. 3). Это свидетельствует о том, что инноваторы обладают высоким внутренним потенциалом для преобразования системы и могут рассматриваться как важный ресурс для ее развития.

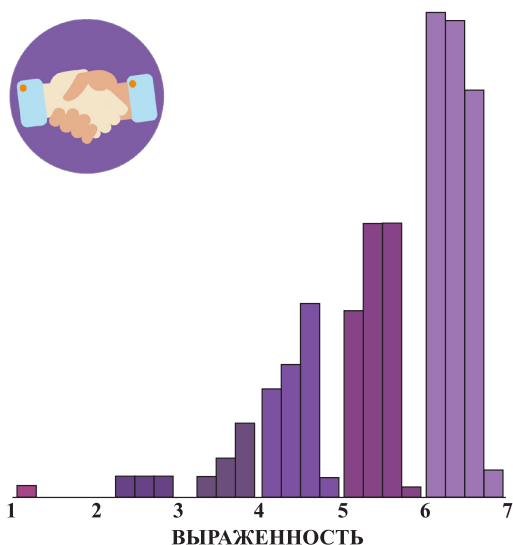


Рис. 3. Социальный мотив (выраженность мотива измеряется по шкале от 1 до 7)

Мотив самореализации

Мотив *самореализации* отвечает как за желание инноватора выразить себя, так и за его стремление идти в ногу со временем. Драйвером инноваций в этом случае выступает готовность использовать личностный потенциал для развития образования. Самовыражаясь, инноваторы предлагают системе образования творческие и оригинальные идеи, направленные на ее модернизацию. Благодаря высокой креативности, акторы способны на разработку уникальных инновационных продуктов, которые отвечают запросам современного общества и образования.

Мотив самореализации, так же, как и социальный мотив, в высокой степени характерен для большинства внешних и внутренних инноваторов (рис. 4), что свидетельствует о значительном личностном потенциале акторов как внутри системы, так и за ее пределами.

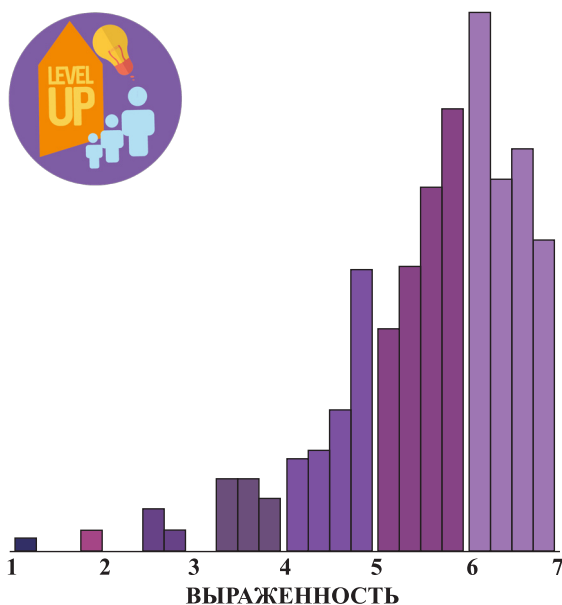


Рис. 4. Мотив самореализации (выраженность мотива измеряется по шкале от 1 до 7)

Статусный мотив

Статусный мотив свидетельствует о желании инноваторов сделать проекты более значимыми в глазах других. Инноваторам важно ощущать отдачу от своей деятельности, понимать, что их проекты вносят видимый вклад в развитие системы, чему может способствовать более широкое признание реализуемых инициатив.

В то время как социальный мотив и мотив самореализации свойственны большинству инноваторов и в целом характеризуют эту группу, статусный мотив выражен у инноваторов по-разному. Есть те, для кого признание и повышение статуса не играют роли, однако для части инноваторов эти драйверы довольно важны (рис. 5). Выраженность мотива не связана с делением инноваторов на внешних и внутренних: он может присутствовать в различной степени как у специалистов в области образования, так и у предпринимателей, стартаперов или других акторов, действующих вне системы.

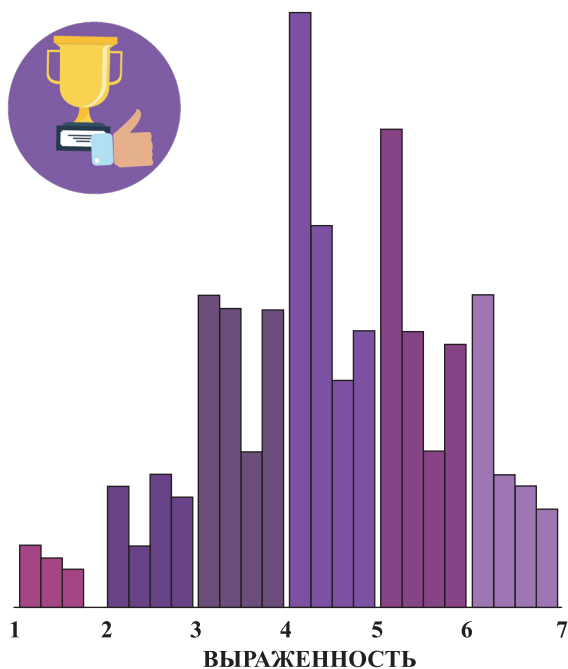


Рис. 5. Статусный мотив (выраженность мотива измеряется по шкале от 1 до 7)

Финансовый мотив

Финансовый мотив является комплексным: инноваторы хотят добиться как большей личной независимости, так и материального благополучия. В этом случае инновации рассматриваются как бизнес-проекты, предлагающие системе образования оригинальную механику развития, нестандартные способы потребления и принципы отношений между субъектами образовательного процесса. При этом играет роль желание акторов сделать собственную жизнь более гибкой и свободной, повысить собственную эффективность и добиться стабильности. Таким образом, этот мотив не ограничивается желанием финансового благосостояния и представляет собой более многогранный и мощный ресурс для стимулирования низовых инициатив.

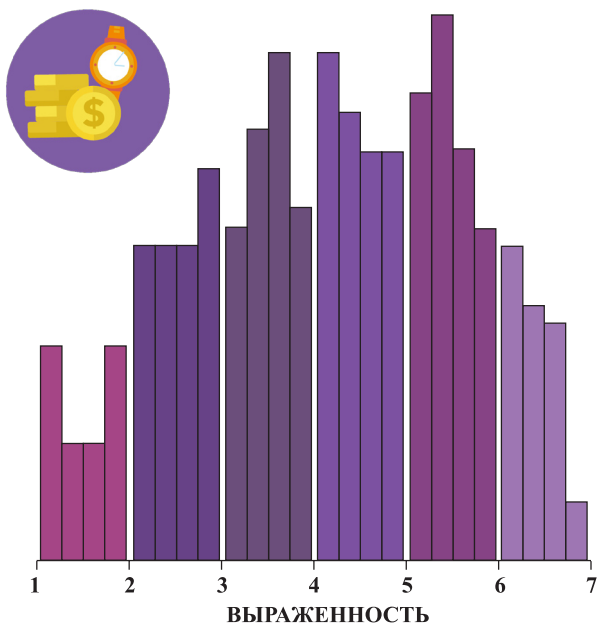


Рис. 6. Финансовый мотив
(выраженность мотива измеряется по шкале от 1 до 7)

В отличие от мотива самореализации и социального мотива, финансовый аспект, как и статусный, проявляется по-разному среди инноваторов: существуют примерно равные группы, для которых он выражен слабо, средне или сильно (рис. 6). Эти группы снова не совпадают с делением на внешних и вну-

тренних акторов: не все внешние проекты нацелены на монетизацию и финансовые выгоды; с другой стороны, есть внутренние инноваторы, которые видят коммерческий потенциал своей инициативы.

Разная выраженность финансового мотива может задавать различия между проектами. Финансово мотивированные и нацеленные на автономность акторы способны предложить образованию проекты, уже воплощенные в определенную форму и готовые к реализации. Инноваторы, в меньшей степени мотивированные с финансовой точки зрения, не всегда способны довести собственные идеи до жизнеспособного продукта.

Клубок мотивов

Каждый инновационный проект в образовании движим не одним мотивом, а их комплексом. Вне зависимости от желания инноваторов улучшить образование (социальный мотив) или повысить собственный статус (статусный мотив), любой проект несет в себе творческую идею и уникальный взгляд на развитие системы (мотив самореализации). Связь между финансовым и социальным мотивами говорит о том, что желание социальных преобразований не противоречит идее получения финансовой выгоды. Любой социально значимый проект требует финансовой поддержки. Инноваторы готовы привлекать необходимые ресурсы, в том числе за счет монетизации проекта.

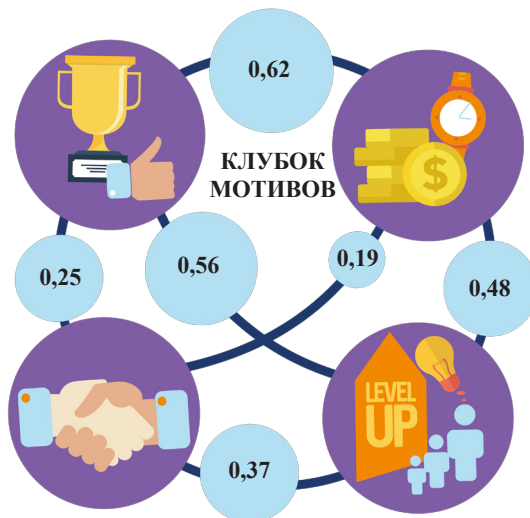


Рис. 7. Клубок мотивов (на осях указаны корреляции Пирсона, характеризующие линейную зависимость между мотивами)

Таким образом, драйверы низкой активности представляют собой единый «клубок» тесно переплетенных мотивов. Инноваторы — это группа, которая озабочена будущим образования и, вместе с тем, видит в нем возможности для личной и профессиональной реализации.

ВЫВОДЫ

Выраженность ценностей универсализма, благожелательности и социального мотива говорит о том, что инноваторы готовы работать на благо других, нести социальную миссию, осуществлять социально значимые преобразования. Высокий внутренний потенциал и заинтересованность во всеобщем благе делают инноваторов мощным ресурсом для роста и позитивных изменений образовательной среды.

Важность ценностей риска/новизны и мотива самореализации дает понимание того, что инноваторами движет высокая личная заинтересованность и желание перемен. Нетривиальный взгляд на решение сложных задач позволяет инноваторам использовать собственный творческий подход в реализации проектов. Создание среды для самореализации, апробации нового и возможности доведения инициативы до готового продукта позволит повысить качество и масштабность низовых инициатив, направить творческую активность инноваторов в эффективное русло.

Наличие статусного мотива и ценностей достижения и стимуляции говорит о том, что для инноваторов важно признание и возможность быть услышанными. По этой причине для развития инновационной активности нужно привлекать внимание широкой общественности к низовым инициативам, делиться информацией о проектах. Это позволит инноваторам получить социальную отдачу от своей деятельности и понять, что их проекты релевантны современному образованию и значимы для его развития.

Присутствие финансового мотива и ценности самостоятельности свидетельствует о важности для инноваторов отдачи от проекта, выраженной в финансовых результатах и личной независимости. Финансовый мотив определяет желание монетизации образовательных проектов, что ведет к появлению конкурентоспособных, качественно проработанных продуктов.

Инициаторами инноваций могут выступать как люди, работающие в системе образования, так и внешние акторы; их мотивация и ценностные установки схожи. Как внутренние, так и внешние инноваторы готовы реализовывать жизнеспособные, социально значимые проекты в области образования, имеющие большой потенциал масштабирования и монетизации. Векторы движения обеих сторон системы сонаправлены и позволяют сформировать ядро инициативных акторов, нацеленных на модернизацию образования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Опираясь на полученные результаты, можно отметить, что в сфере образования существует группа энтузиастов, предлагающих инновационные идеи для ее развития. Крайне важно найти эффективные инструменты взаимодействия с этой группой для того, чтобы ее потенциал служил развитию системы. Изучение мотивов и ценностей инноваторов позволяет нам лучше понять этих людей, их интересы и драйверы деятельности.

Также результаты позволяют наметить несколько направлений будущих исследований. Первое из них касается изучения личностных и групповых характеристик инноваторов. Информация о мотивах и ценностях может лишь косвенно говорить о таких чертах инноваторов, как креативность, альтруизм, конкурентность, рискованность. Для составления более полного портрета инноваторов необходимо более тщательное измерение их личностных черт, в частности, склонности к проактивному поведению.

Второе направление исследований связано с изучением взаимодействия инноваторов с образовательной средой, и, в частности, с формальной системой. Тот факт, что внешние и внутренние инноваторы, несмотря на разное положение по отношению к системе, движимы схожими целями, говорит о необходимости пересмотра взглядов на несистемные инновации внутри формального образования. На это указывает и то, что социальные и финансовые драйверы — связанные элементы мотивации инноваторов. Более тщательный анализ взаимодействия инноваторов с образовательной системой позволит сформулировать новые решения в образовательной политике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Carter N., Gartner W., Shaver, K.* Career reasons // Handbook of entrepreneurial dynamics: The process of business creation. Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.
2. *Deci E., Flaste R.* Why we do what we do: Understanding Self-motivation. N.Y.: Penguin, 1995.
3. *Hilmi M.* (2012) Grassroots Innovation from the Bottom of the Pyramid // Current Opinion in Creativity, Innovation and Entrepreneurship. Vol. 1. № 2. 06.08.2018: [Электронный ресурс]: URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/1fae/92a603bb4e7091a2b720530185b9df0eec8a.pdf>
4. *Liang C., Dunn P.* (2007) Triggers of decisions to launch a new venture – is there any difference between pre-business and in-business entrepreneurs? // Academy of Entrepreneurial Journal. Vol. 13. No. 1. P. 79–96.
5. *Phelps E.* Mass flourishing: How grassroots innovation created jobs, challenge, and change. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2013.
6. *Quigley N., Newbert S., Clark K.* The Motivations Underlying Small Business Formation: An Overview and Empirical Examination of Self-Efficacy and Commitment // Small Business in a Global Economy: Creating and Managing Successful Organizations. Vol. 1 / Ed. by S.L. Newbert. Denver, Colorado: Praeger, 2015. P. 25–47.
7. *Seyfang G., Smith A.* (2007) Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda // Environmental politics. Vol. 16. №. 4. P. 584–603.
8. *Schwartz S.* (2012) An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values // Online Readings in Psychology and Culture. 06.08.2018: [Электронный ресурс]: URL: <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=orpc>
9. *Королева Д.О., Хавенсон Т.Е, Андреева А.А.* Ландшафт образовательных инноваций: содержание и структура // Факты образования. № 5 (14). — М.: НИУ ВШЭ, 2017.

Один из сильнейших университетов страны приглашает на бюджетные места

Институт образования НИУ ВШЭ предоставляет уникальную возможность для профессионального развития и карьерного роста. Образовательные программы построены с учетом научных разработок и изменений в законодательстве. Среди преподавателей — ведущие российские и зарубежные ученые, признанные эксперты-практики российского образования.

МАГИСТЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ

Для специалистов по образовательной политике:

■ **«Доказательная образовательная политика»**

Академический руководитель — П.С. Сорокин

Для специалистов по измерениям:

■ **«Измерения в психологии и образовании»**

Научный руководитель — В.А. Болотов

Академический руководитель — И.В. Антипкина

Для учителей-исследователей:

■ **«Педагогическое образование»**

Академический руководитель — О.Д. Федоров

Для управленцев и экспертов-аналитиков:

■ **«Экономика и управление образованием»**

Академический руководитель — Савелёнок Е.А.

Период обучения: 2 года

Форма обучения: очная

Для учителей, которые хотят обновить предметное знание и стать конструкторами новых учебных материалов:

■ **«Современная политическая наука в преподавании обществознания в школе»** — для учителей обществознания и истории Академический руководитель — И.Б. Орлов

■ **«Современная историческая наука в преподавании истории в школе»** — для учителей истории и смежных дисциплин Академический руководитель — И.Н. Данилевский

■ **«Современная филология в преподавании литературы в школе»** — для учителей русского языка и литературы Академические руководители — К.М. Поливанов, Е.С. Абелюк

Для руководителей образования, которые стремятся понимать, что и как делать, чтобы развивать свой объект управления:

■ **«Управление образованием»** — для директоров и завучей школ, специалистов органов управления образованием
Академический руководитель — А.Г. Каспржак

■ **«Управление в высшем образовании»** — для руководителей и экспертов-аналитиков высшего образования
Академический руководитель — К.В. Зиньковский

Период обучения: 2,5 года

Форма обучения: очно-заочная

Обучение осуществляется как бесплатно на бюджетной основе, так и с оплатой на договорной основе. Работникам государственных и муниципальных бюджетных учреждений социальной сферы предоставляется 50-процентная скидка на обучение.

Департамент образовательных программ Института образования НИУ ВШЭ:

<https://ioe.hse.ru/masters>

Тел.: 8 (495) 772-95-90 (внутренний 22052)

Моб. тел.: 8 (916) 335-15-58

АСПИРАНТСКАЯ ШКОЛА ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Институт образования НИУ ВШЭ приглашает к поступлению в уникальную для России Аспирантскую школу по образованию. Школа объединяет всех, кто хочет заниматься практическими и фундаментальными исследованиями в образовании, не ограничиваясь рамками традиционной педагогики. Поэтому, помимо тех, кто уже получил педагогическое образование, аспирантура ориентирована на выпускников социальных, гуманитарных, экономических и других специальностей.

Преимущества программы:

- ✓ Практика исследований и возможность трудоустройства с первых дней
- ✓ Степень кандидата наук НИУ ВШЭ об образовании / PhD HSE in Education
- ✓ Междисциплинарная подготовка
- ✓ Зарубежные стажировки по теме исследования
- ✓ Участие в совместных проектах с лидерами мировых рейтингов: Бостонским колледжем, Стэнфордским университетом, Гарвардским университетом, Университетским колледжем Лондона и др.

- ✓ Доступ к уникальным данным международных и российских исследований из баз PISA, TIMSS, TALIS, SERU, iPIPS, PIAAC, МЭО
- ✓ Регулярные презентации новых исследований в сфере образования
- ✓ Доступ ко всем образовательным ресурсам Высшей школы экономики

Школа предлагает две формы обучения:

Академическая аспирантура — для тех, кто хочет полностью сфокусироваться на развитии научной карьеры. Это очная аспирантура «полного дня» с обязательным включением в работу профильного для вас центра Института образования и обязательной стажировкой в зарубежном вузе-партнере. Аспиранты получают стипендию и зарплату аналитика или стажера-исследователя в выбранном центре.

Профессиональная аспирантура — для тех, кто уже нашел себя в бизнес- и управленческих структурах сферы образования. Эта очная программа дает возможность совмещать обучение с занятостью вне стен Института.

Как поступить?

По конкурсу портфолио. Набор проходит два раза в год: с декабря по март и с августа по сентябрь. До подачи документов необходимо выбрать будущего научного руководителя и обсудить тему исследования, подготовить и согласовать его план-проект.

Обучение бесплатное — три года. Иногородним предоставляется общежитие.

Аспирантская школа по образованию:

<https://aspirantura.hse.ru/ed>

Тел.: 8 (495) 772-950-90 (внутренний 22714)

Лицензия на осуществление образовательной деятельности № 2593 от 24.05.2017.

Свидетельство о государственной аккредитации № 1820 от 30.03.2016.

На все вопросы о поступлении и обучении ответит академический директор Аспирантской школы Терентьев Евгений Андреевич:

E-mail: eterentev@hse.ru,

моб. тел.: +7(985) 386- 63-49.

Авторы

Хавенсон Татьяна Евгеньевна — научный сотрудник Международной лаборатории анализа образовательной политики Института образования НИУ ВШЭ

E-mail: tkhavenson@hse.ru

Королева Диана Олеговна — директор Центра изучения инноваций в образовании Института образования НИУ ВШЭ

E-mail: dkoroleva@hse.ru

Лукина Анастасия Андреевна — стажер-исследователь Центра изучения инноваций в образовании Института образования НИУ ВШЭ

E-mail: aalukina@edu.hse.ru

Информационно-справочное издание

*Серия
Факты образования*

№ 6 (21) 2018

**АКТОРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ИННОВАЦИЙ: ЦЕННОСТИ И МОТИВАЦИЯ**

Редактор: *И. Гумерова, И. Манохин*
Компьютерная верстка: *Н. Пузанова*

Подписано в печать 27.09.2018. Формат 60×84 1/16
Усл.-печ. л. 1,39. Уч.-изд. л. 1,65. Тираж 300 экз.

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел./факс: (499) 611-15-52

Институт образования
101000, Москва, Потаповский пер., д. 16, стр. 10
Тел. (495) 772-95-90*22235
ioe@hse.ru

