

РАЗДЕЛ 2.
ТРАНСФОРМАЦИИ АГЕНТНОСТИ: ПРАКТИКИ, АКТОРЫ,
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ РЕЖИМЫ

А.В. Богомолова,
Самарский университет

ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ ПОСЛЕ УНИВЕРСИТЕТА
КАК СТРАТЕГИЯ АГЕНТНОСТИ

Статья посвящена вопросам и развитию агентности в онлайн-образовании. Тема формирования субъектной позиции в образовательном процессе является трендом в образовательной среде. Нарастает интерес к меняющимся агентным стратегиям выпускников высших учебных заведений, которые продиктованы трансформационными процессами в обществе на всех его уровнях.

Ключевые слова: агентность, онлайн-образование, образовательная траектория, цифровые технологии, агентная стратегия.

A.V. Bogomolova,
Samara University

ONLINE-EDUCATION AFTER UNIVERSITY
AS AN AGENT STRATEGY FOR UNIVERSITY GRADUATES

The article is devoted to the issues and development of agency in online education. The topic of forming a subjective position in the educational process is a trend in the educational environment. There is a growing interest in the changing agent strategies of graduates of higher educational institutions, which are dictated by the transformational processes in society at all its levels.

Keywords: agency, online education, educational trajectory, digital technologies, agent strategy.

Агентность в образовании – это понятие, которое описывает активную роль субъекта в процессе своего обучения и формировании культуры. Оно подразумевает, что ученик является не только объектом образовательного процесса, но и субъектом, который активно взаимодействует со своими пре-

подавателями и учебным материалом. Более того, понятие агентности в образовании предполагает активную позицию не только относительно учебного процесса как такового, но и в контексте своей способности целеполагания и устремленности к их реализации. Однако в контексте образовательного процесса понятие агентности следует также понимать как пространство между возможностями и достижениями учащихся [1].

Одними из теоретиков агентности являются Дж. Сильва и С.К. Корс. Под агентностью они понимают усвоение субъектом социокультурного нарратива о себе, который включает в себя следующие компоненты: ориентацию на будущее, ощущение контроля над собственной жизнью, упорство при возникновении трудностей. Кроме того, агентность предполагает способность учащегося к интернализации, то есть внутреннему усвоению добытых знаний, за которым следует их действительное применение. Таким образом, мы можем говорить как о высоком, так и о низком уровне агентности, а также о тех социально детерминированных условиях, которые его определяют [2].

Другое, более емкое определение агентности мы можем найти у социологов М. Эмирбаера и А. Мише. Они определяют ее как «ограниченный во времени процесс социальной включенности, связанный с прошлым, но также ориентированный в будущее и на настоящее» [3]. Мы видим, как важен проективный характер для понимания агентности и для образования он играет также крайне важное значение, причем на всех его уровнях, поскольку, говорим ли мы о школьном или дополнительном образовании, каждый обучающийся так или иначе движим теми инерционными процессами, которые предшествовали данному образовательному этапу, и из текущей образовательной ситуации находится в процессе конструирования альтернативных возможностей своего дальнейшего развития.

Понимание агентности в образовании трансформируется вместе с изменениями образовательного процесса как такового, где ключевую роль играют цифровые технологии. Их интеграция в образовательную деятельность особо интенсифицировалась в связи с пандемией, которая вынудила субъектов образования по всему миру перейти в режим дистанционного обучения.

Причем данная проблематика может выходить за пределы государственных институций, понятие агентности может быть применимо и к онлайн-образованию, которым могут заниматься для повышения квалификации или для освоения новой профессии весьма взрослые люди, имеющие за плечами определенную образовательную и карьерную траектории.

Осознанный выбор в пользу смены профиля диктуют современные реалии, за последние несколько лет рынок труда сформировал спрос на новые

профессии, которые возможно получить в рамках онлайн-обучения. Среди них ведущие позиции занимают: веб-дизайнер, разработчик, системный аналитик, project-менеджер, системный администратор, графический дизайнер, SEO-специалист и др.

Выбирая образовательную программу профессиональной переподготовки, которая реализуется в онлайн формате, человек выражает проактивную позицию по отношению к своей жизни, в частности к профессиональной и карьерной стратегии.

Онлайн-образование дает свободу выбора, но требует максимального уровня самоорганизации, вовлеченности и замотивированности.

Стоит учитывать, что выпускники высших учебных заведений в случае онлайн-образования сталкиваются с проблемой отсутствия конкретной поддержки со стороны преподавателей и наставников, к которым привыкают в академической среде. Кроме того, без надлежащей мотивации студента может произойти дополнительное «оттягивание» времени на обучение, превращение образования в «забаву» или вовсе оставление процесса обучения незаконченным. Поэтому широкое использование принципа агентности в онлайн-образовании требует эффективных методов мотивации и поддержки со стороны соответствующих образовательных институтов и организаций.

В настоящее время формат онлайн-образования набирает существенные обороты, данный вывод подкрепляется статистическими показателями аналитического агентства SmartRanking. В 2022 году выручка Ed-Tech – компаний составила 87,8 млрд руб., что на 17,4 % больше чем в предыдущем периоде.

По данным исследования Института общественного мнения, 85 % россиян считают онлайн-образование удобным и эффективным форматом обучения, 23 % опрошенных респондентов освоили новую профессию [4]. Портал по поиску работы hh.ru совместно с онлайн-университетом Skypgo опубликовали результаты опроса официально занятого населения: более 80 % опрошенных задумываются о смене профессии. Среди приоритетных направлений выделяют IT и телекоммуникации, искусство, массовые медиа, маркетинг, рекламу и PR.

Анализируя конъюнктуру рынка образовательных онлайн-услуг можно выделить следующие особенности.

Самыми востребованными онлайн-платформами сегодня являются: Skillbox, «Яндекс.Практикум», Университет «Синергия», «Нетология». SkillFactory, «Специалист.ru», GeekBrains, «Открытое образование», Stepik. Данный список сформирован на основании показателей выручки и количества выпускников.

Чаще пользователи образовательных онлайн-услуг выбирают краткосрочные и среднесрочные программы, длительностью от трех недель до шести месяцев.

Лидирующие позиции среди успешных направлений подготовки занимают IT-профессии и маркетинг.

Ключевыми факторами в выборе образовательной платформы являются: наличие лицензии, отзывы, возможность дальнейшего трудоустройства.

Усиливается роль государства в онлайн-образовании, что заметно влияет на коммерческие организации, создание платформ «Сферум», «Кадры для цифровой экономики», перед которыми стоит задача профессиональной переподготовки и повышения квалификации специалистов, имеющих базовое профессиональное образование.

В результате анализа онлайн-форумов, которые функционируют на базе образовательных площадок, указанных выше, можно отметить не менее важные особенности. Использование агентности в онлайн-образовании показывает, что акторы образовательного процесса становятся ответственнее за свое обучение, и это может привести к более глубокому освоению содержания курса и к лучшему усвоению информации. Кроме того, агентность может быть особенно полезной для обучающихся, которые не имеют доступа к традиционным образовательным ресурсам, но желают сменить профессию или повысить свою квалификацию.

Однако в случае онлайн-образования часто возникает проблема отсутствия конкретной поддержки со стороны преподавателей и наставников, которые могут помочь в выборе наиболее эффективных методов обучения, к данной методике индивид приучен с детства, осваивая уровни классического образования.

Список литературы:

1. Информационно-аналитические материалы по результатам статистических и социологических обследований ВШЭ // Выпуск №37. 2020.
2. Silva J., Corse S. Envisioning and enacting class mobility: The routine constructions of the agentic self // *American Journal of Cultural Sociology*. 2018. Vol. 6 (2). P. 231-265.
3. Emirbayer M., Mische A. What is agency? *American Journal of Sociology*. 1998. 103 (4).
4. Исследование Института общественного мнения // Онлайн-образование // <https://iom.anketolog.ru/2023/01/19/onlajn-obuchenie>