Траектории саморазвития в цифровой среде

Научный руководитель – Ениколопов Сергей Николаевич

Сиян Марина Валерьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия
E-mail: siyan.marina@gmail.com

Введение. Цифровизация обучения привела к значительному расширению возможностей создания и распространения образовательных ресурсов. С того момента, как издание New York Times провозгласило 2012 год годом массовых открытых онлайн-курсов [2], прошло уже более десяти лет. За это время не только значительно увеличилось количество разнообразных информационных продуктов, но и произошла глубокая трансформация их содержания [1]. Сегодня традиционные академические курсы конкурируют с альтернативными развивающими программами, такими как курсы личностного роста, практики повышения финансового благополучия или уроки по улучшению семейных отношений.

Целью исследования данного исследования является описание и выявление основных траекторий саморазвития пользователей в цифровой среде и определенных психологических характеристик, соответствующих данным траекториям.

Выборка. Выборку исследования составили 537 человек с опытом покупки различных информационных продуктов и услуг в Интернете. 306 человек из выборки (57%) были женского пола, а еще 231 (43%) человек – мужского.

Методы. В исследовании использовался ряд психодиагностических методик, в том числе опросник черт характера для взрослых Русалова-Маноловой, тест смысло-жизненных ориентаций Д. А. Леонтьева, PERMA-Profilер в адаптации Исаевой О. М., Акимовой А. Ю. и Волковой И.В., Шкала самоуважения Розенберга, опросник конструктивного мышления Эпштейна в адаптации С.Н. Ениколопова и С.В. Лебедева.

Участники также оценивали частоту приобретения различных информационных продуктов, таких как образовательные курсы на корпоративных платформах (Skillbox, Geekbrains, Skillfactory и др.), образовательные курсы на университетских платформах (Coursera, Национальная платформа открытого образования, Университет без границ, и др.), новостные ресурсы и аналитика (например, подписки на газеты и материалы аналитических центров), курсы по управлению личными финансами (в т. ч. инвестициям) и достижению финансового благополучия, курсы по развитию soft-skills (например, коммуникация или тайм-менеджмент), курсы по развитию карьеры, профессиональному росту и построению бизнеса, программы, направленные на поиск партнера, улучшение отношений или укрепление семейной жизни, курсы личностного роста и самосовершенствования, программы питания и тренировок, курсы здорового образа жизни, курсы альтернативного оздоровления (например, ароматерапия или энергетическая медицина), развлекательные ресурсы (например, контент связанный с личным хобби или юмором), спиритические, оккультные или эзотерические продукты (например, астрологические и нумерологические консультации), а также курсы творческого развития (например, вокал, рисование или рукоделие).

Результаты. Для обработки данных был проведен факторный анализ методом главных компонент с Varimax-ротацией, с помощью которого на основе критерия Кайзера было выделено два фактора, объясняющих 59,2% общей суммарной дисперсии.

Фактор F1 «Ориентация на холистическое развитие» (30,6% дисперсии) объединяет интерес к информационным продуктам, направленным на личностное и физическое раз-

вители: ЗОЖ (0,742), альтернативная медицина (0,696), личностный рост (0,693), работа с отношениями (0,689), эзотерика (0,644), творчество (0,644) и досуг (0,509).

Фактор F2 «Ориентация на формальное образование» (28,6% дисперсии) объединяет интерес к образовательным ресурсам на корпоративных (0,834) и университетских (0,829) онлайн-платформах, курсам по развитию soft-skills (0,763), финансовому благополучию (0,646), построению карьеры и бизнеса (0,598), а также новостной аналитике (0,563).

Затем с помощью иерархического кластерного анализа полученных факторов были выявлены три группы пользователей:

Кластер 1 «Холистики» (87 человек, 16,2% выборки): высокая вовлеченность в холистическое развитие, практически полное отсутствие интереса к формальному образованию.

Кластер 2 «Слабововлеченные» (314 человек, 58,5% выборки): слабая вовлеченность в любые формы развития.

Кластер 3 «Рационалисты» (136 человек, 25,3% выборки): четкая ориентация на формальное образование при низком интересе к холистическому развитию.

С помощью дисперсионного анализа были выявлены значимые различия в ряде психологических характеристик между кластерами. Кластер «Слабововлеченных» является наиболее дисфункциональным из трех проанализированных: данный кластер отличается низким самоуважением, повышенной дистимностью, проблемами с поведенческим совладанием, а также более низким уровнем счастья и общего благополучия ($p < 0,01$).

Выводы. Полученные данные демонстрируют, что в цифровой среде формируются различные траектории саморазвития, что необходимо учитывать при работе с современным рынком информационных продуктов и услуг. При этом наиболее дисфункциональной стратегией с психологической точки зрения является слабая вовлеченность в саморазвитие как на формальном, на и на неформальном уровне.

Источники и литература

- 1) Воронов А. С., Орлова Л. Н., Шамолин М. В. Инфобизнес как новое цифровое явление в социально-экономической сфере России: возможности моделирования и регулирования // Доклады Российской академии наук. Математика, информатика, процессы управления, 2024. Т. 519. С. 72–84.
- 2) Семенова Т.В., Вилкова К.А., Щеглова И.А. Рынок массовых открытых онлайн-курсов: перспективы для России // Вопросы образования. 2018. №2. С. 173–196.