

## Массовые открытые онлайн-курсы: мотивация и успешность обучающихся

Научный руководитель – Саблина Светлана Геннадьевна

*Трусевич А.В.<sup>1</sup>, Анисимова С.Е.<sup>2</sup>*

1 - Новосибирский государственный университет, Экономический факультет, Новосибирск, Россия; 2 - Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, Новосибирск, Россия

Ключевые слова: массовые открытые онлайн курсы (МООК), цифровая образовательная среда, мотивация, успешность онлайн-обучения, нарративное интервью

Во всех странах мира система образования сталкивается с несколькими основными вызовами, обуславливающими необходимость поиска новых подходов к обучению. Новая волна технологических инноваций, которая неизбежно изменяет модели создания, сохранения и трансляции знаний, привела к развитию платформ многопользовательских онлайн-курсов. В настоящее время они сосуществуют с традиционными форматами индустриального образования, предлагая мощную потенциально развивающую человека среду. Массовые открытые онлайн-курсы (МООК) названы в числе 30 наиболее перспективных тенденций в развитии образования до 2028 года [1] и активно приветствуются такими международными организациями как ООН и ЮНЕСКО в качестве эффективного способа трансляции знаний, в том числе в бедные и развивающиеся страны [2]. Аудитории одной из крупнейших онлайн-площадок - Coursera - доступны более 2000 курсов от 149 ведущих университетов мира [3], при этом сегмент русскоговорящих обучающихся является одним из самых быстрорастущих в последние годы.

В приоритетном проекте «Современная цифровая образовательная среда в РФ» предполагается увеличение количества освоивших онлайн-курсы до 11 млн. человек к 2025 году [4]. Конечной целью развития цифрового образовательного пространства является не только расширение аудитории зарегистрированных слушателей онлайн-курсов, но и удержание их интереса на протяжении периода обучения, стимулирование к успешному освоению контента. Согласно статистике онлайн платформ, несмотря на большое количество зарегистрированных на онлайн-курсы, процент их завершающих в среднем около 13% от активных слушателей [5].

Вследствие новизны практики МООК вопросы мотивации и успешности обучающихся являются слабо изученными не только в российских, но и зарубежных исследованиях [6]. В фокусе внимания находятся, главным образом, такие аспекты мотивации, которые легко измерить на данных, предоставляемых онлайн платформами, - количество зарегистрированных пользователей, их вовлеченность и активность на протяжении периода обучения, процент завершивших обучение [7]. Спектр представлений об успешности обучения ограничен такими показателями, как количество обращений слушателей на дискуссионные площадки, количество просмотров видео- и аудио- материалов, количество выполненных заданий [8] и т.п.

Проведенные исследования акцентируют внимание на измерении количественных характеристик, не используя потенциал рефлексии слушателей относительно мотивации и критериев успеха их обучения. Кроме того, они имеют ограниченный горизонт анализа проблематики, не распространяющийся на период после завершения онлайн-курса. В данном исследовании изучается мотивация и представления об успехе обучения разных групп пользователей на основе ретроспективной рефлексии успешно завершивших МООК. Поиск потенциальных информантов осуществлялся среди русскоязычных пользователей

онлайн платформ - участников сообществ в социальной сети «ВКонтакте». На момент опроса информанты проживали в различных городах РФ (Новосибирске, Москве, Санкт-Петербурге, Волгограде, Самаре, Магнитогорске, Ставрополе, Калининграде), а также в Украине, Казахстане, Молдавии, Германии, Вьетнаме. Сбор данных проводился в процессе нарративных интервью [9] в период с декабря 2016 года по январь 2017 года (N=30). В результате анализа текстов интервью выявлены основные повторяющиеся сюжеты в нарративах респондентов, связанные с онлайн-обучением и его влиянием на последующие события их жизни.

На основе ретроспективной рефлексии респондентов получена дополнительная - к аналитике больших данных онлайн платформ - информация. В частности, вариативность потребностей и жизненных ситуаций, в которых опрошенные принимали решение об онлайн-обучении, обуславливает широкий диапазон их первоначальных ожиданий. Мотивы слушателей формируются на основе потребностей, возникающих при появлении конкретной жизненной задачи, решение которой требует приобретение знаний в какой-то области и получение практического опыта. Несмотря на вариативность мотивов, составляющие «формулы успеха» онлайн-обучения в сознании слушателей кристаллизуются на основе сравнения их ожиданий на входе в онлайн-курс и полученных в результате знаний и практических навыков.

В результате исследования не была опровергнута гипотеза, согласно которой получение сертификата онлайн платформ, подтверждающего завершение курса, является критерием успешности онлайн-обучения для слушателей из русскоязычного сегмента. Особенности постсоветского пространства таковы, что сертификат имеет большее значение на рынке образования как индикатор успеха завершения онлайн-курса и не распространяется широко за его пределы, в т.ч. на рынке труда. Респонденты объясняют это слабой информированностью работодателей о платформах и особенностях онлайн-обучения. В связи с этим полезность онлайн-курсов в сознании пользователей часто ассоциируется не только с получением сертификата, но и дополнительных практических навыков для улучшения карьерных возможностей в будущем и профессионального развития. В этом смысле онлайн платформы становятся важным инструментом образовательного рынка и, будучи встроенными в индивидуальные образовательные траектории обучающихся, могут использоваться при профессиональной подготовке.

Полученные результаты, требующие проверки на больших массивах данных в последующих исследованиях, могут оказаться полезными для развития цифрового образовательного пространства в России.

### Источники и литература

- 1) Мазуров А.Ю. Массовые открытые онлайн-курсы в контексте современного образовательного процесса в сфере высшего образования // Открытое и дистанционное образование. Москва, 2015. № 1. С. 24.
- 2) Массовые открытые онлайн-курсы (MOOK) [Электронный ресурс] / [Обращение к документу 16 февраля 2017] Режим доступа <http://rusere.ru/prakt/vvedenie.php>
- 3) Coursera: Наши партнеры [Электронный ресурс] / [Обращение к документу 16 февраля 2017] Режим доступа <https://www.coursera.org/about/partners>
- 4) Паспорт приоритетного проекта «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / [Обращение к документу 16 февраля 2017] Режим доступа <http://government.ru/media/files/8SiLmMBgjAN89vZbUUtmuF5lZYfTvOAG.pdf>

- 5) Onah D. F. O., Sinclair J., Boyatt R. Dropout Rates of Massive Open Online Courses: Behavioral Patterns [Электронный ресурс] / [Обращение к документу 16 января 2017]. Режим доступа [https://www2.warwick.ac.uk/fac/sci/dcs/people/research/csrma/j/daniel\\_onah\\_edulearn14.pdf](https://www2.warwick.ac.uk/fac/sci/dcs/people/research/csrma/j/daniel_onah_edulearn14.pdf)
- 6) Alraimi K.M., Zo H., Ciganek A.P. Understanding the MOOCs Continuance: The Role of Openness and Reputation // Computers & Education. 2015. No 80. P. 28-38.
- 7) Littlejohn A., Hood N., Milligan C., Mustain P. Learning in MOOCs: Motivations and Self-Regulated Learning in MOOCs // Internet and Higher Education. 2016. No 29. P. 40-48.
- 8) Rai L., Chunrao D. Influencing Factors of Success and Failure in MOOC and General Analysis of Learner Behavior // International Journal of Information and Education Technology. 2016. No 4. P. 262-263.
- 9) Schwandt T. Dictionary of Qualitative Inquiry. Sage: Thousand Oaks. 2001. P. 171.