

УДК 338.1

DOI 10.25688/2312-6647.2019.20.2.10

Е.В. Нехорошева,
Т.Н. Ле-ван,
Е.Ю. Алексейчева

Ресурсы и потенциал Московского городского университета в управлении пространством самообразования горожан

В статье раскрыты результаты исследования потенциальных возможностей университета в расширении и управлении пространством развивающего общения, неформального образования и самообразования горожанина, дана оценка представленности университета и его проектов среди различных категорий горожан, рассмотрены различные каналы образовательной коммуникации и предложены инструментальные решения. Сделан вывод о необходимости построения общего городского образовательного пространства.

Ключевые слова: образовательная коммуникация; самоуправляемое образование; виртуальная образовательная среда; цифровизация.

Одной из важнейших способностей человека в современном изменяющемся мире является умение учиться в течение всей жизни, самостоятельно выстраивать и реализовывать индивидуальную образовательную траекторию, в том числе формировать образовательный запрос в условиях неопределенности — когда в образовательном пространстве еще не существует необходимых субъекту образовательных услуг, но он осознает потребность именно в этом «фрагменте пазла» своего профессионального и личностного развития. К способности обустроить для себя процесс непрерывного образования относится и более частное умение организовывать коммуникацию в этой сфере жизнедеятельности. Обозначенная способность является витальной, поскольку обуславливает, наряду с другими способностями человека Будущего (в какой-то мере уже наступившего), качество жизни субъекта, позволяет ему оставаться конкурентоспособным, успешно реализовывать свой жизненный потенциал.

Именно субъектная позиция по отношению к своей жизни и окружающей действительности отмечается социологами, психологами, педагогами, философами, культурологами на данный момент как существенный дефицит граждан (особенно это ощущается в мегаполисе — с ускорением темпа жизни,

расширением спектра доступных возможностей при отсутствии опыта рационального, ориентированного на перспективу и гуманистические ценности выбора).

Субъектность — основа умного (Smart) существования. Этот системообразующий концепт развивающегося города сейчас в стадии становления. Поэтому необходимо обозначить его рабочее понимание, принятое нашей проектной группой в рамках решения задач инициативного проекта. Так, составная часть терминов Smart не имеет непосредственного, прямого отношения к цифровизации (сейчас данное слово часто используется в городских и федеральных проектах именно в этом значении — связанном с цифровизацией, например умный дом — оснащенный цифровыми технологиями и самостоятельно принимающий ряд рутинных решений по обслуживанию своих элементов с применением искусственного интеллекта). В нашем понимании Smart означает в первую очередь «современный» (отвечающий актуальным запросам людей), «прогностический» (анализирующий тенденции ближайшего и отдаленного будущего и действующий с их учетом), «креативный» (способный создавать тенденции для последующей трансформации городской жизни), «человеко-ориентированный» (гибкий к потребностям и интересам каждого вовлеченного индивида, использующий механизмы и инструменты для их персонифицированной реализации), «гуманистичный» (опирающийся на общечеловеческие ценности и помогающий воспроизводить их). В таком ракурсе цифровизация выступает лишь как одно из средств создания и продвижения заявленной идеи.

Механизмом реализации заявленной идеи мы видим клубную организацию жизни в городе в аспекте образования, самообразования и профессиональной коммуникации жителей, и центром этой клубной жизни может и должен стать университет [1; 4].

В период с 30 сентября по 5 октября 2018 г. проведен поисковый опрос в рамках проблематизации идеи создания единого клубного пространства возможностей для развивающего общения, неформального и информального образования (самообразования) москвича. Цель пилотного исследования — оценка востребованности различных информационно-коммуникационных каналов в профессиональном взаимодействии, в образовании и самообразовании горожан и потенциала ключевых образовательных, просветительских и культурных проектов Московского городского университета как возможных площадок для развивающего общения, неформального и информального образования москвичей.

В своем исследовании мы исходили из актуальных возможностей университета позиционировать себя не только как место формального образования и профессиональной подготовки, но и в качестве актора развития неформальных и информальных сред самообразования и просвещения в городе. Многоукладность внутренних и внешних пространств Московского городского имеет большую степень неопределенности, однако само поле несет в себе значительный потенциал преобразования, становится реальной возможностью

сочетания отраслевого производства и воспроизводства (МГПУ как городской и как педагогический университет) со сферным корпоративным укладом (идея умного университета, SMART, клубный университет). Университет как организация, задающая вектор развития и расширения пространства образования и самообразования москвича, подразумевает определенные феноменальные содержания — атрибутивные характеристики, способствующие/препятствующие самоопределению университета в образовательном пространстве города как инициатора интеграции и развития пространств самообразования.

Смысловой ориентир исследования задает сам горожанин, в большей или меньшей степени заинтересованный в саморазвитии и включенный в процессы формального образования, профессиональной подготовки и переподготовки, неформального образования и просвещения, самообразования, а также находящийся под непрерывным информационным воздействием со стороны современных каналов коммуникации [2] и обладающий определенной степенью осведомленности о проектах образовательных и социокультурных институций города. В настоящем исследовании мы ограничились проектами Московского городского, поскольку университет как инициатор упорядочивания и развития образовательных пространств задает второй смысловой ориентир.

В плоскости взаимодействия «горожанин – университет» у человека присутствует некий обобщенный образ образовательной организации [3; 6], который складывается на основе имеющейся информации и впечатлений от нее, соотнесенный с персональными и экзистенциальными ценностями, потребностями. Осведомленность связана с основной деятельностью университета (образование, наука, профессиональная подготовка и т. д.), реализуемыми образовательными, просветительскими, культурными проектами, современными коммуникационными площадками и каналами взаимодействия, созданными в университете и отвечающими актуальным запросам горожан. Исходя из этого, структура опросника направлена на прояснение следующих положений:

- обобщенный образ университета в глазах горожан;
- осведомленность горожан о значимых образовательных, просветительских и культурных проектах Московского городского;
- фактическое содержательное наполнение каналов профессиональной и образовательной коммуникации;
- запрос на современные неинституционализованные форматы очных и дистанционных (цифровых) профессиональных и городских коммуникаций по вопросам профессиональной деятельности, образования и самообразования;
- возможные инструментальные решения.

Всего в поисковом опросе приняли участие 203 респондента из числа сотрудников структурных подразделений университета (Институт системных проектов, Зеленоградское отделение, Юридический институт, Институт

непрерывного образования, Институт гуманитарных наук и управления, Дирекция образовательных программ, Институт культуры и искусств, Институт педагогики и психологии образования), лиц, обучающихся по образовательным программам указанных подразделений, а также горожан из профессионального окружения вне университета, но связанных с реализацией совместных проектов.

По отношению к университету горожане занимают три значимые для нижеследующего анализа позиции:

1) сотрудник университета — горожанин, причастный к производству и воспроизводству образовательного продукта, включен в систему корпоративных взаимоотношений, является акцептором внутреннего имиджа и носителем организационной культуры, корпоративных норм и ценностей. Всего в опросе приняли участие 62 сотрудника, составивших 30,5 % от общего числа респондентов;

2) студент или слушатель университета — горожанин, получающий образовательную услугу в рамках институциональных отношений, включен в иерархию отношений «преподаватель – студент», является акцептом внутреннего имиджа, присваивает нормы организационной культуры, включен в единое информационное поле, однако занимает дистантную позицию по отношению к университету, как потребитель. Всего в опросе приняли участие 67 студентов и слушателей, составивших 33 % от общего числа респондентов;

3) горожане, формально не включенные в трудовые/образовательные отношения с университетом, — неоднородная группа респондентов по основной деятельности и занимаемой позиции — составила 74 респондента, 36,5 % от общей выборки. Педагоги общеобразовательных организаций составили 64 % (50 чел.) от указанной группы, что свидетельствует о связанности с университетом по профессиональной линии и необходимости в будущем полевого охвата иных групп горожан.

Корреспондирующие трем основным группам позиции «родитель обучающегося», «представитель общественно-профессионального объединения», «пенсионер» для анализа не являются специфическими и запрошены с целью диагностики ролевой структуры и определения значимости целевых групп для основного исследования. Так, группа «родитель» составила 21,7 % от общей выборки, «представитель общественно-профессионального объединения» — 8,4 %, «пенсионер» — 2 %.

Гендерный состав трех групп относительно одинаков и составляет в общей выборке 77,8 % женщин (сотрудники — 75,8 %, слушатели — 70 %, другие горожане-педагоги — 87,2 %). Значительное влияние на различия в ответах респондентов оказывает их возраст.

Возрастная структура трех групп отражена в таблице 1.

Распределение групп респондентов по возрасту отражает закономерную зависимость между основной занятостью и демографической структурой

Таблица 1

Возрастная структура респондентов по основным группам

| Возраст | Общая выборка, % | Сотрудники МГПУ, % | Обучающиеся в МГПУ, % | Горожане- педагоги, % |
|-----------|------------------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| До 25 | 22,2 | 3,2 | 64,2 | – |
| 26–35 | 15,3 | 14,5 | 13,4 | 16,7 |
| 36–45 | 33,5 | 45,2 | 16,4 | 41,0 |
| 46–55 | 17,7 | 17,7 | 6,0 | 28,2 |
| 56–65 | 9,4 | 14,5 | – | 12,8 |
| старше 65 | 2,0 | 4,8 | – | 1,3 |

(слушатели – работающие). Наибольшую активность и заинтересованность в опросе проявили респонденты возрастной группы 36–45 лет, что, с одной стороны, связано с особенностями организации исследования (возрастной состав группы исследователей и соответствующий ему профессиональный круг), а с другой — указанная возрастная группа обладает достаточным нормативным опытом профессиональной деятельности и личностной зрелостью, для того чтобы быть открытыми и готовыми к возможным изменениям в своей деятельности, испытывать в этом потребность и откликаться на расширение контекстов.

Прояснение принадлежности к административному округу города Москвы не случайно стало предметом анализа, поскольку ответы респондентов отражают два важных мотивационных параметра: университетский и персональный. Персональный, или личный, мотив отражает то, как ассоциировали себя респонденты в связи с необходимостью ответа на этот вопрос: с местом основной занятости, местом жительства, местом значимого проживаемого пространства в городе или в комплексе факторов. У нас нет оснований в рамках данного исследования детально прояснить логику выбора. Однако такое понимание создает предпосылку для проектирования фактора места при расширении образовательных пространств в будущем. Выбор округа респондентом, так или иначе связанным с университетом, отражает реальное присутствие университета в семантическом и проживаемом человеком пространстве города (см. табл. 2).

В целом распределение ответов различных групп респондентов соответствует фактическому присутствию университета в физическом пространстве города. Максимально представлен университет в ответах всех групп респондентов в Северо-Восточном АО города Москвы, что связано, прежде всего, с расположением главного административного здания как центра управления. Однако 51% отметивших данный округ — родители обучающихся (см. рис. 1).

Преобладание той или иной группы респондентов, занимающих определенную позицию, оказало влияние и на понимание МГПУ как центра образования, науки, просвещения. Обобщенная и сравнительная характеристика ответов трех групп респондентов представлена в таблице 3.

Таблица 2

Распределение респондентов по административным округам города Москвы

| Административный округ | Общая выборка, % | Сотрудники МГПУ, % | Обучающиеся в МГПУ, % | Горожане-педагоги, % |
|------------------------|------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|
| Центральный | 10,8 | 8,1 | 11,9 | 11,5 |
| Зеленоградский | 13,8 | 17,7 | 3,0 | 19,2 |
| Южный | 4,4 | 4,8 | 4,5 | 3,8 |
| Северо-Восточный | 20,2 | 16,1 | 13,4 | 28,2 |
| Северо-Западный | 6,9 | 11,3 | 10,4 | 1,3 |
| Северный | 11,8 | 8,1 | 19,4 | 9,0 |
| Восточный | 10,8 | 14,5 | 13,4 | 7,7 |
| Юго-Восточный | 6,9 | 4,8 | 7,5 | 7,7 |
| Западный | 4,9 | 8,1 | 3,0 | 3,8 |
| Юго-Западный | 5,4 | 6,5 | 7,5 | 2,6 |
| Новомосковский | 0,5 | — | 1,5 | — |
| Троицкий | - | — | — | — |
| Другое (область) | 3,4 | — | 4,5 | 5,1 |

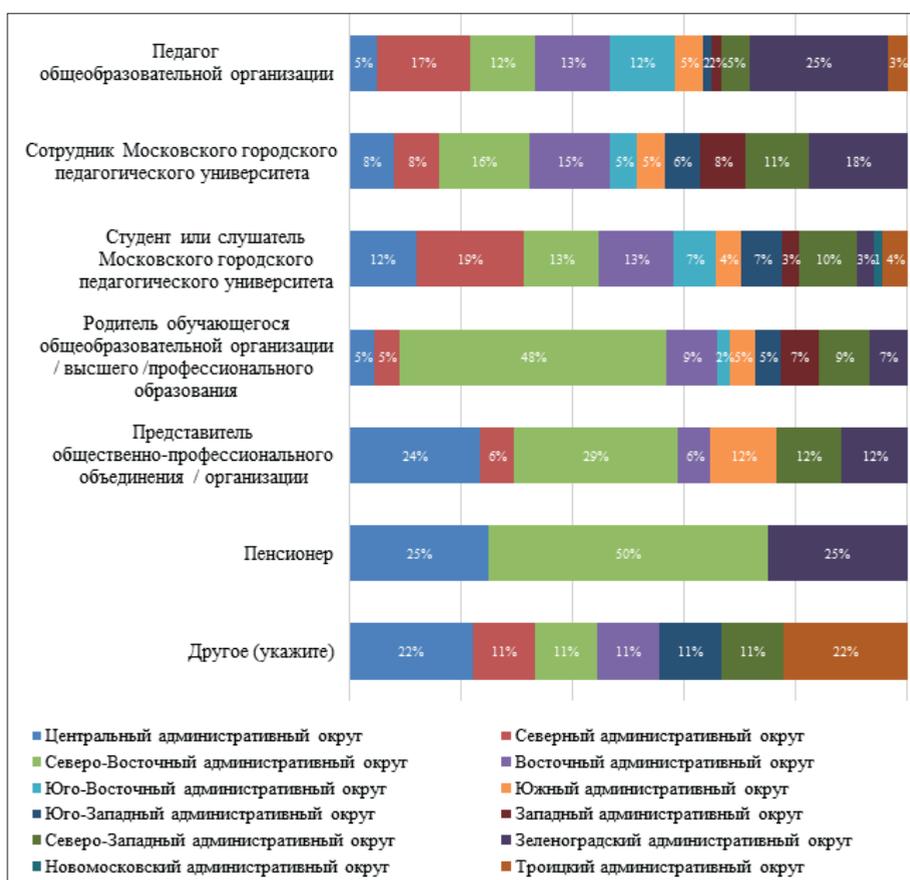


Рис. 1. Распределение респондентов по административным округам города Москвы

Таблица 3

Обобщенный образ МГПУ

| МГПУ — это | Общая выборка, % | Сотрудники МГПУ, % | Обучающиеся в МГПУ, % | Горожане-педагоги, % |
|--|------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|
| Современное образовательное пространство для всех категорий горожан | 53,2 | 62,9 | 56,7 | 25 |
| Качественная профессиональная подготовка по педагогическим и другим смежным специальностям | 59,6 | 51,6 | 76,1 | 28 |
| Научно-инновационный центр по развитию московского образования | 34,5 | 48,4 | 29,9 | 15 |
| Центр просветительской и социокультурной работы | 21,7 | 29 | 20,9 | 9 |
| Мощный ресурс для самообразования москвичей | 17,7 | 16,1 | 22,4 | 11 |
| Развитая инфраструктура для спорта и сохранения здоровья | 4,9 | 4,8 | 3 | 3 |
| Другое (укажите) | 7,4 | 4,8 | 3 | 8 |

Московский городской воспринимается большей частью респондентов через призму оказываемых услуг по профессиональной подготовке. Другими словами, в оценке университета респонденты опираются преимущественно на отраслевой подход к организации высшего образования, обеспечивающий процессы производства и воспроизводства технологии профессиональной подготовки. Такой подход характерен для всех трех групп респондентов: студенты и слушатели получают профессию, сотрудники обучают, горожане-педагоги уже прошли этот путь и/или участвуют в профессиональной переподготовке. Однако сотрудники университета (преимущественный возраст — 36–45 лет) значительно чаще оценивают университет еще и с других позиций: как современное образовательное пространство для всех категорий горожан (62,9 %); как научно-инновационный центр по развитию московского образования (48,4 %), что связано с включенностью в указанные виды деятельности, традиционные для высшей школы. Респонденты, не занятые в этой деятельности, недостаточно осведомлены о ней и ее результатах, в связи с чем эти позиции получили небольшой процент выбора.

Невысокий процент выбора получили позиции, напрямую связанные с альтернативными форматами образования, самообразования, саморазвития. МГПУ как центр просветительской работы отмечен на уровне 29 % только сотрудниками, вероятно, также занятыми в этом виде деятельности. Университет как ресурс для самообразования частично оценен обучающимися (22,4 %)

и недостаточно ценен для самих сотрудников и горожан, несмотря на существующую в этом потребность. Наличие корпусов университета со стадионами и спортивными площадками на территории города тем не менее не является основанием для оценки университета как задающего инфраструктурные решения для сохранения здоровья как для сотрудников и обучающихся, так и для горожан. Таким образом, обобщенный образ университета в глазах горожан связан с предоставлением услуг по профессиональной подготовке/переподготовке в современном образовательном пространстве с использованием научных разработок для московской системы образования [5]. Как внешний, так и внутренний имидж университета опирается на традиционное видение высшей школы и не рассматривается респондентами как ресурс для развития открытых клубных образовательных пространств.

Тем не менее оценка университета по округам свидетельствует о различиях в восприятии МГПУ, которое опирается на имеющийся территориальный опыт взаимодействия с ним, участия в совместных проектах и программах (см. рис. 2).

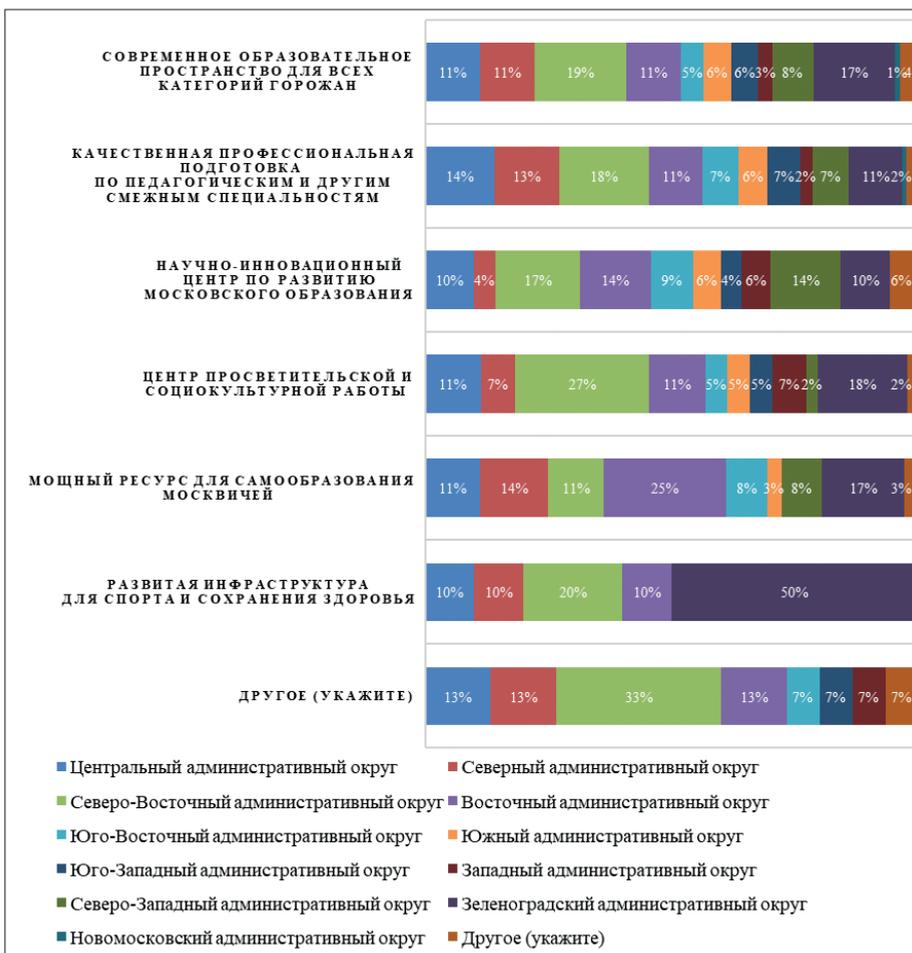


Рис. 2. Сравнительная характеристика представлений об университете по округам

Так, респонденты Северо-Восточного АО города Москвы рассматривают университет через его основные виды деятельности по образованию, профессиональной подготовке и науке, а также просветительские проекты. Респонденты ЗелАО связывают университет с пространственной инфраструктурой для занятия спортом, просвещения и образования. Университет как ресурсный центр для самообразования отмечается респондентами Восточного АО. Согласно рисунку 2 каждый округ отличается разнообразием ролевых позиций респондентов, имеющих различный опыт взаимодействия с университетом, а следовательно, и формируемым образом, что дает основания предполагать различия в имеющемся потенциале подразделений университета по расширению пространств развивающего общения, образования и самообразования москвичей.

Осведомленность горожан о значимых образовательных, просветительских и культурных проектах Московского городского также зависит от активности деятельности и качества взаимодействия с горожанами конкретных структурных подразделений университета. Количественная оценка ответов на открытый вопрос об осведомленности и участии в проектах Московского городского представлена в таблице 4.

Таблица 4

Осведомленность о проектах Московского городского и оценка участия в них (количество названных проектов¹)

| Проекты | Общая выборка, кол-во чел. | Сотрудники МГПУ, кол-во чел. | Обучающиеся в МГПУ, кол-во чел. | Горожане-педагоги, кол-во чел. |
|-----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|--|---------------------------------------|
| Осведомленность и участие | 136 | 70 | 33 | 33 |
| Осведомленность и неучастие | 106 | 52 | 45 | 9 |
| Неосведомленность | 64 | 3 | 21 | 40 |

Максимальную осведомленность продемонстрировали сотрудники университета, максимальную неосведомленность о проектах МГПУ — горожане-педагоги.

Качественный анализ отдельных ответов респондентов показал необходимость разработки оснований для типологизации всех реализуемых в университете проектов. На данном этапе качественный анализ представляется невозможным, поскольку персональный опыт респондентов, отраженный в ответах, включает всю совокупность деятельностей университета: институциональную образовательную, научную, просветительскую, организационную, экспертную и другие. Также не определена степень и качество участия в проектах: организатор, исполнитель, руководитель и т. д.

¹ Фактическое количество ответов, поступивших от респондентов, без качественного анализа.

Общий семантический анализ текста ответов показал наибольшую встречаемость таких названий, как «Серебряный университет», «Здоровье» (ЗелАО), «Московский учитель», «Оценка качества дошкольного образования», «Мастерская ОДИ», «Школа права», «Семинары», «Конкурсы», «Пластинин». Изначально некоторые из указанных проектов возникли в одной из основных для университета деятельностей: формальной образовательной, профессиональной педагогической, научной, экспертной, просветительской — и, получив развитие и распространение среди определенного круга профессионалов («Оценка качества дошкольного образования»), категории горожан («Серебряный университет») или конкретной территории («Здоровье», Зеленоград), постепенно приобрели характер сферных, интегрирующих элементы образования, профессиональной подготовки, самообразования, науки, экспертного сопровождения и культуры. На данном этапе требуется осмысление логики движения от частного проекта к значимому городскому с целью моделирования таких процессов, оценки их результативности, разработки акселерационных моделей управления, диссеминации (распространения) продуктивного опыта и внедрения эффективных практик. Через развитие и механизм перехода отраслевых проектов в сферные университет получает еще одну возможность стать по-настоящему городским университетом.

Отправной точкой решения этой научно-практической и управленческой задачи является систематизация реализуемых и/или запускаемых проектов в университете и/или университетом в городском образовательном пространстве. Так, при разработке исследовательского инструментария респондентам был предложен перечень проектов Московского городского для оценки их доступности. Сам же перечень отражает субъективное представление исследовательской группы о наличии таких проектов в университете при осознанном допущении о неполной осведомленности и информированности обо всех активностях, происходящих в различных структурных подразделениях университета. Также возникает вопрос о сутевых характеристиках включенных в перечень проектов — какова степень свободы того или иного проекта, его формализация, целевая ориентация на развитие города или университета и т. д., потенциал клубности, открытости, наличие/отсутствие инновационного потенциала и возможность действительно стать опорными в расширении пространства развивающего общения, образования и самообразования москвича. На данный момент вопрос остается открытым и требует постановки исследовательской задачи на разработку подходов к типологизации формальных, неформальных и информальных проектов, реализуемых Московским городским университетом.

Оценка доступности выделенных группой проектов на этапе поискового исследования базировалась на понимании доступности как информированности о проекте (мероприятии), его содержании и условиях проведения, соответствии собственным потребностям респондента и реалистичной возможности участия в проекте. Соотнесенность с таким комплексом представлений и ожиданий позволила респондентами общей группы в качестве максимально

доступного оценить общеуниверситетское мероприятие «Дни науки МГПУ». Это, действительно, массовый популярный многоформатный проект, задействующий большое количество участников как в структурах университета, так и в образовательных организациях-партнерах. Его максимальную доступность отметили все категории респондентов. Этот проект имеет минимальный процент выборов о неосведомленности. Проект «Серебряный университет» и «Мособрназор» также вошли в тройку самых доступных проектов, что связано во многом с активной работой по их популяризации как в университете, так и за его пределами. Подробная информация о субъективной оценке доступности проектов университета представлена в таблице 5 в порядке убывания.

Таблица 5

Оценка доступности проектов Московского городского (общая выборка)

| Проект МГПУ | Доступен, % | Недоступен % | Не знаю, % |
|---|----------------|-----------------|---------------|
| Дни науки МГПУ | 56,0 | 3,8 | 40,2 |
| «Серебряный университет» | 40,4 | 16,3 | 43,3 |
| «Мособрназор» | 38,4 | 3,4 | 58,1 |
| Семинар «Что такое деятельностный подход в образовании?» | 36,5 | 4,9 | 58,6 |
| Ежегодные командные олимпиады | 33,0 | 9,9 | 57,1 |
| «Школа права» | 31,7 | 8,4 | 59,9 |
| «Пластинин» | 29,1 | 3,4 | 67,5 |
| Конкурс студенческих инициатив 2018 | 28,6 | 11,8 | 59,6 |
| «Замысли.про» (zamisli.pro) | 23,6 | 4,9 | 71,4 |
| Ежегодная акция «Грамотный учитель» | 23,6 | 2,5 | 73,9 |
| Пресс-клуб МГПУ | 20,2 | 8,9 | 70,9 |
| Шахматный клуб | 16,8 | 13,6 | 69,6 |
| Краудсорсинговая площадка «Преобразование» (preobra.ru) | 16,3 | 7,4 | 76,2 |
| «Мастерская ОДИ» | 12,3 | 4,4 | 83,3 |
| «Школа боевых искусств» | 12,0 | 16,8 | 71,2 |
| Образовательная профильная смена «Движение техномира» | 9,9 | 3,0 | 87,2 |
| «Профкод» | 9,9 | 5,9 | 84,2 |
| Топонимика Москвы и литературно-лингвистическое краеведение в активном движении | 9,2 | 6,5 | 84,2 |
| Закрытый академический клуб «Норма и деятельность» | 7,4 | 13,8 | 78,8 |

Недоступными для себя сотрудники считают также популярные проекты «Серебряный университет», что вполне объяснимо возрастными ограничениями, «Школа боевых искусств» и закрытый академический клуб «Норма и деятельность». Эти проекты предъявляют серьезные требования к статусу,

возрасту, уровню физической подготовки, что значительно снижает количество потенциальных участников.

Максимально не осведомлены респонденты о таких проектах, как образовательная профильная смена «Движение техномира», «Профкод», «Топонимика Москвы и литературно-лингвистическое краеведение в активном движении» и «Мастерская ОДИ». Общая неосведомленность об этих проектах идентична по трем группам респондентов: сотрудники, обучающиеся, горожане-педагоги.

Следует отметить общую недостаточную информированность о проектах как включенных в образовательное пространство университета сотрудников и обучающихся, так и горожан-педагогов. Это требует постановки задачи на анализ коммуникации, ее каналов и форматов, во внешнем и внутреннем пространстве с целью не только новостного (событийного) информирования, но и содержательного применения полученной информации для решения профессиональных задач, самообразования и просвещения [7]. На поисковом этапе нами предпринята попытка в самом обобщенном виде структурировать функцию современных каналов коммуникации: мессенджеры, социальные сети, сайт организаций и корпоративные системы документооборота, информационные порталы и специализированные СМИ — для решения личных и профессиональных задач.

Перекрестный анализ показал, что с целью личного общения преимущественно используются мессенджеры (48,3 %) и социальные сети (35 %), с целью информирования выбираются сайты организаций (59,6 %), информационные порталы (45,8 %) и специализированные СМИ (47,3 %), с целью профессионального общения выбираются корпоративные системы документооборота (почта) (41,9 %). Помощь и поддержка в решении профессиональных задач, а также самообразование и просвещение не нашли сколько-нибудь значимого отражения в структуре выборов. За исключением 25,1 % респондентов, отметивших использование интернет-версий специализированных СМИ для профессионального самообразования. Коммуникация респондентов с использованием современных каналов передачи информации носит преимущественно личный характер или выполняет исключительно информационную функцию. Потенциал развивающей коммуникации в целом остается нераскрытым. В трех анализируемых группах респондентов тенденции аналогичны и соответствуют данным общей выборки.

На основании вышеизложенного констатируем необходимость дополнительного изучения вопроса о востребованности альтернативных виртуальных и очных пространств для организации взаимодействий по вопросам образования, самообразования, профессиональной поддержки. В таблице 6 отражены актуальные запросы на современные неинституциональные форматы очных и виртуальных профессиональных и городских коммуникаций по трем основным группам респондентов.

Данные таблицы 6 наглядно демонстрируют востребованность и необходимость новых форматов коммуникации по вопросам профессиональной

Таблица 6

Актуальность площадок для очного/виртуального взаимодействия

| Варианты ответа | Общая выборка, % | Сотрудники МГПУ, % | Обучающиеся в МГПУ, % | Горожане-педагоги, % |
|--|------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|
| Портал открытых данных (проведенные исследования, отчеты об оценке качества, результаты аккредитаций, аттестаций и пр.) | 30 | 33,9 | 23,9 | 32,1 |
| Краудсорсинговая площадка (интернет-дискуссии и обсуждения) | 21,7 | 21 | 20,9 | 24,4 |
| Экспертное сообщество (сетевые и очные форматы встреч) | 43,3 | 54,8 | 38,8 | 41,0 |
| Взаимообучение (право, психология, финансовая грамотность, визуализация и т. п.) в рамках открытых семинаров, мастер-классов и пр. | 49,8 | 53,2 | 46,3 | 51,3 |
| Конкурсы, олимпиады, WorldSkills и т. п. | 38,4 | 30,6 | 34,3 | 47,4 |
| Цифровые образовательные проекты (МЭШ, РЭШ, «Цифровой университет») | 39,9 | 21 | 38,8 | 55,1 |

деятельности и самообразования. Если рассмотренные в предыдущем вопросе ответы связаны с использованием каналов коммуникации преимущественно в личных целях и для информирования, то из этого не следует отсутствие запроса на самообразование, профессиональную помощь и саморазвитие.

Вполне вероятно, что существующие каналы коммуникации: а) не подходят для удовлетворения имеющихся потребностей/запросов (неудобны, неэффективны, немодны и т. д.); б) располагаются в виртуальном пространстве и не могут обеспечить решение некоторых задач, требующих очного взаимодействия. Так, например, столь выбираемый для информирования вариант ответа «Информационные порталы» в седьмом вопросе анкеты не подтвердил свою актуальность в анализируемом вопросе. В то же время для группы горожан-педагогов актуальными для взаимодействия являются цифровые платформы, создаваемые в рамках МЭШ, РЭШ; для сотрудников университета актуальными являются самоорганизация экспертного сообщества и взаимодействие в форматах открытых очных и сетевых встреч; для слушателей

университета значимым оказалось взаимообучение по важным для обычной жизни сферам (право, экономика, психология и т. д.). Таким образом, несмотря на традиционный характер использования виртуальных каналов коммуникации, респонденты демонстрируют интерес к новым возможностям виртуального, очного или смешанного взаимодействия, что дает возможность реализации проектов университета в сферном, неотраслевом качестве.

Еще один важный момент для последующего проектирования дизайна образовательного научно-технического проекта, полученный в ходе поискового этапа, — возрастные особенности запросов и коммуникаций.

Анализ таблиц показывает, что мессенджеры с целью личного общения максимально используются респондентами в возрасте до 25 и 56–65 лет. Для профессионального общения используют респонденты в возрасте 26–35 и старше 65 лет, для информирования — две возрастные группы: от 36 до 55 лет. Социальные сети максимально используются для личного общения респондентами до 25 лет, вообще не используются старшими возрастными группами, для профессионального общения используют респонденты в возрасте 26–35 лет. Сайты организаций преимущественно используются для информирования всеми возрастными группами, группа в возрасте 26–35 лет использует их для самообразования и просвещения. Корпоративные системы документооборота используются всеми респондентами для формального профессионального общения либо не используются вообще респондентами возрастных групп начиная с 36 лет. Информационные порталы младшими возрастными группами до 45 лет используются в целях информирования; начиная с 46 лет доля информирования снижается за счет увеличения выборов самообразования и просвещения (принципиально меняется смысловое значение). Для группы 46–55 лет порталы становятся источником профессиональной поддержки, так же как и для младших групп, где процент выбора в два раза меньше. Специализированные СМИ используются для информирования; начиная с 26 лет возрастает доля использования сайтов СМИ с целью самообразования и просвещения, достигая своего максимума в возрастной группе 46–55 лет.

Так, например, портал открытых данных актуален для групп респондентов 46–55 и старше 65 лет, остальные группы не отмечают его как актуальную площадку. Площадки для интернет-дискуссии являются относительно востребованными для всех возрастных групп. А вот формат экспертного сообщества интересен респондентам начиная с 26 до 55 лет — период активной профессиональной деятельности. Формат взаимообучения наиболее актуальный у активной группы респондентов в возрасте от 26 до 55 лет, имеет минимальное количество отрицательных выборов в сравнении со всеми вариантами ответов данного вопроса (преимущественно у респондентов младших возрастов). Профессиональные конкурсы и цифровые образовательные платформы максимально актуальны для группы респондентов от 36 до 55 лет, менее актуальны для респондентов 26–35 и 56–65 лет. Наименьшую заинтересованность в целом

в предложенных форматах предъявляют респонденты в возрасте до 25 лет, что вполне объяснимо начальным этапом профессионального становления.

Подробный анализ возрастных тенденций в использовании современных каналов коммуникации и площадок взаимодействия позволяет спрогнозировать возможные максимально востребованные каналы для саморазвития в виртуальном и очном образовательном пространстве для различных возрастных групп, а также их актуальные запросы. Например, запрос на профессиональную поддержку в решении актуальных задач максимально демонстрируют возрастные группы 36–45 и 46–55 лет, что может свидетельствовать как о дефицитах современных компетенций, так и о профессиональной зрелости, открытости и профессиональном мужестве заявлять о сложностях и искать пути их совместного разрешения на виртуальных и/или очных площадках.

Фактор возраста во многом определяет отношение к предлагаемому варианту создания цифрового инструмента объединения и управления пространством неформального образования и самообразования (см. табл. 7).

Таблица 7

Возрастная структура отношения к созданию цифрового инструмента по развитию образовательного пространства москвича

| Ответ | До 25 | 26–35 | 36–45 | 46–55 | 56–65 | Старше 65 | Всего |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|-------|
| Да, мобильное приложение Московского городского, % | 34 | 16 | 30 | 10 | 9 | 2 | 46 |
| Да, мобильное приложение проектов Департамента образования города Москвы, % | 24 | 24 | 32 | 13 | 4 | 4 | 37 |
| Да, городское мобильное приложение (агрегатор образовательных и социокультурных ресурсов Москвы), % | 11 | 22 | 41 | 19 | 7 | 0 | 36 |
| Нет, % | 8 | 8 | 38 | 33 | 13 | 0 | 12 |
| Свое предложение, % | 0 | 0 | 83 | 17 | 0 | 0 | 3 |
| Всего респондентов, чел. | 45 | 31 | 68 | 36 | 19 | 4 | 203 |

В целом анализ поискового опроса дает основания полагать, что:

1) университет обладает возможностью стать инициатором развития и установления нового качества пространства развивающего общения, образования и самообразования москвича: проекты, пространственная организация, имидж обладают как способствующими, так и тормозящими эффектами, что требует дополнительных исследований;

2) современный горожанин использует современные каналы коммуникации преимущественно в традиционной функции информирования, однако уже выявляется запрос на расширение функционала современных средств коммуникации в сферу развития и самообразования;

3) активно формируется виртуальное пространство образования и самообразования горожанина, однако не разработан инструмент доступа к нему и открытым остается вопрос управления им.

Необходимо активнее продвигать проекты Московского городского с целью улучшения коммуникации с горожанами, построения общего городского образовательного пространства, что, в свою очередь, будет способствовать увеличению узнаваемости бренда МГПУ, повышению его рейтинга и другие. В этой связи показателен пример mos.ru, где новые технологии уже активно используются в государственном и общественном управлении (проект SmartMoscow на mos.ru²). Планируется дальнейшее вовлечение граждан в процессы управления Москвой посредством платформы цифровой демократии. Идея SmartMoscow должна стать градообразующей университетской политикой, привести к изменению феноменологии университета в мировом городе и формированию нового городского пространства [1], а также созданию сферы управления развитием городской образовательной среды в условиях реализации задач государственных программ информатизации.

Литература

1. *Алексейчева Е.Ю., Зверев О.М., Ле-ван Т.Н., Михайлова И.Д., Нехорошева Е.В., Феклин С.И.* МГПУ как субъект управления развитием городской образовательной среды в условиях цифровизации экономики // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2018. № 2 (16). С. 98–108.

2. *Алексейчева Е.Ю.* Проблемы использования технологий информатизации в образовании // Новое в науке и образовании: сб. тр. Международной ежегодной науч.-практич. конференции / отв. ред. Ю.Н. Кондракова. М.: Макс Пресс, 2018. С. 15–22.

3. *Денисов Л.А., Нехорошева Е.В., Лигаи Л.Г., Авраменко В.Г.* Оценка внешнего имиджа образовательной организации как пространства сохранения здоровья: контент-анализ сообщений региональных и окружных СМИ // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2018. № 3 (16). С. 78–92.

4. *Ле-ван Т.Н., Алексейчева Е.Ю., Нехорошева Е.В.* Клуб как пространство сопричастного управления горожан своим образованием в течение жизни // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Педагогика и психология». 2019. № 2 (48). С. 82–90.

5. *Леван Т.Н., Белолуцкая А.К., Морозова Т.В.* Подготовка компетентных специалистов по работе с педагогическими командами для развития качества образования // Казанский педагогический журнал. 2018. № 1 (126). С. 27–37.

6. *Нехорошева Е.В., Алексейчева Е.Ю.* Имидж как управленческий ресурс общеобразовательной организации // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2018. № 4 (18). С. 78–92.

7. *Нехорошева Е.В.* Проектный подход к управлению современной школой: обеспечение надежности и безопасности развития // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2019. № 1 (19). С. 100–106.

² Стратегия «Умный город будущего 2030». URL: <http://www.mos.ru/2030/> (дата обращения: 29.10.2018).

Literatura

1. *Aleksejcheva E.Yu., Zverev O.M., Le-van T.N., Mixajlova I.D., Nexorosheva E.V., Feklin S.I.* MGPU kak sub'ekt upravleniya razvitiem gorodskoj obrazovatel'noj sredy v usloviyax cifrovizacii e'konomiki // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2018. № 2 (16). S. 98–108.
2. *Aleksejcheva E.Yu.* Problemy' ispol'zovaniya tehnologij informatizacii v obrazovanii // Novoe v nauke i obrazovanii: sb. tr. Mezhdunarodnoj ezhegodnoj nauch.-prakt. konferencii / otv. red. Yu.N. Kondrakova. M.: Maks Press, 2018. S. 15–22.
3. *Denisov L.A., Nexorosheva E.V., Ligaj L.G., Avramenko V.G.* Ocenka vneshnego imidzha obrazovatel'noj organizacii kak prostranstva soxraneniya zdorov'ya: kontent-analiz soobshhenij regional'ny'x i okruzhny'x SMI // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2018. № 3 (16). S. 78–92.
4. *Le-van T.N., Aleksejcheva E.Yu., Nexorosheva E.V.* Klub kak prostranstvo soprichastnogo upravleniya gorozhan svoim obrazovaniem v techenie zhizni // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «Pedagogika i psixologiya». 2019. № 2 (48). S. 82–90.
5. *Le-van T.N., Beloluczskaya A.K., Morozova T.V.* Podgotovka kompetentny'x specialistov po rabote s pedagogicheskimi komandami dlya razvitiya kachestva obrazovaniya // Kazanskij pedagogicheskij zhurnal. 2018. № 1 (126). S. 27–37.
6. *Nexorosheva E.V., Aleksejcheva E.Yu.* Imidzh kak upravlencheskij resurs obshheobrazovatel'noj organizacii // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2018. № 4 (18). S. 78–92.
7. *Nexorosheva E.V.* Proektny'j podxod k upravleniyu sovremennoj shkoloj: obespechenie nadezhnosti i bezopasnosti razvitiya // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2019. № 1 (19). S. 100–106.

*T.N. Le-Wan,
E.V. Nekhorosheva,
E.Yu. Alekseicheva*

**Resources and Potential of Moscow City University
in Managing the Self-Education Space of Citizens**

The article reveals the results of a study of the potential of the university in expanding and managing the space of developing communication, non-formal education and self-education of a city dweller. The representation of the University and its projects among various categories of citizens is given. The article examines various channels of educational communication and proposed instrumental solutions. The conclusion about the need to build a common urban educational space is made.

Keywords: educational communication; self-directed education; virtual educational environment; digitalization.