

РАСШИРЯЯ ГОРИЗОНТЫ. ЗАЧЕМ РОССИЙСКИЕ УНИВЕРСИТЕТЫ РАЗМЕЩАЮТ МАССОВЫЕ ОТКРЫТЫЕ ОНЛАЙН-КУРСЫ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПЛАТФОРМАХ

Ф. А. Казин, А. А. Павлова

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Санкт-Петербург
Россия, 190121, Санкт-Петербург, ул. Союза Печатников, 16;
fkazin@hse.ru*

Аннотация. Основная цель статьи состоит в определении мотивов, которыми руководствуются российские университеты при принятии решений о разработке и размещении экспоненциальных массовых открытых онлайн-курсов (МООК) на платформах открытого образования. Ключевой вывод исследования заключается в том, что подобные решения диктуются не только и не столько мотивом извлечения прибыли от реализации курсов, сколько рядом других причин, которые можно разделить на две группы: мотивы возможностей развития вуза и мотивы преодоления недостатков и дефицитов в его деятельности. При этом большинство мотивов – «Продвижение онлайн-программ дополнительного и дополнительного профессионального образования», «Продвижение общего бренда вуза» и «Продвижение онлайн-программ высшего образования» – ориентированы на развитие возможностей, и только один – «повышение квалификации преподавателей» – на преодоление недостатков.

Ключевые слова: массовые открытые онлайн-курсы (МООК), платформы электронного обучения, открытые образовательные ресурсы, университетские стратегии, высшее образование, развитие университетов, цифровой университет, проект Приоритет-2030

Для цитирования: Казин Ф. А., Павлова А. А. Расширяя горизонты. Зачем российские университеты размещают массовые открытые онлайн-курсы на образовательных платформах // Университетское управление: практика и анализ. 2023. Т. 27, № 3. С. 41–57. DOI: 10.15826/umpa.2023.03.022.

DOI 10.15826/umpa.2023.03.022

WIDENING HORIZONS. WHY RUSSIAN UNIVERSITIES PLACE MOOCs ON OPEN LEARNING PLATFORMS

P. A. Kazin, A. A. Pavlova

*National Research University Higher School of Economics – St. Petersburg
16 Soyuz Pechatnikov str., St. Petersburg, 190121, Russian Federation;
fkazin@hse.ru*

Abstract. The main objective of this article is to find out the Russian universities' motives for developing and placing exponential massive open online courses (xMOOCs) on open educational platforms. The study shows that in such decisions the universities are motivated not only by the direct profit from their courses implementation, but also by other reasons, which can be divided into two groups: 1) encouraging the use of university development opportunities and 2) aiming to overcome deficiencies and shortages in university's activities. The majority of motives, such as "online programs promotion for additional and further professional education", "the university's overall brand promotion", and "online higher education programs promotion", are focused on development opportunities, only one ("teachers' qualifications improvement") aimed at overcoming deficiencies.

Keywords: massive open online courses (MOOCs), e-learning platforms, open educational resources, university strategies, higher education, university development, digital university, Priority-2030

For citation: Kazin P. A., Pavlova A. A. Widening Horizons. Why Russian Universities Place MOOCs on Open Learning Platforms. *University Management: Practice and Analysis*, 2023, vol. 27, no. 3, pp. 41–57. doi 10.15826/umpa.2023.03.022. (In Russ.).

Введение

Впервые университеты стали предлагать для изучения своим студентам ресурсы открытого образования еще в 1990-е гг. Сам термин «массовый открытый онлайн-курс» (Massive Open Online Course – MOOC) предложили Бр. Александр и Д. Кормье в своей работе над первым общедоступным онлайн-курсом “Connectivism & Connective knowledge”, который в 2008 г. проводили Дж. Сименс и С. Доунс. Общее название курсов этого типа образуется из четырех отдельных терминов:

- massive (массовый): для проведения этого курса, как правило, требуется большое количество участников;
- open (открытый): курс является бесплатным, и любой человек в любой момент может присоединиться к нему;
- online (дистанционный, тип онлайн): материалы курса и результаты совместной работы находятся в сети Интернет в открытом для участников доступе;
- course (курс): имеет соответствующую структуру, правила работы и общие цели, которые впоследствии могут трансформироваться для каждого участника [1].

Стоит отметить, что общепринятым является типологическое разделение MOOK на:

1) cMOOCs – коннективистские MOOK, которые предполагают, что преподаватель выступает в качестве посредника между студентами в их образовательной деятельности, а образовательный процесс построен на само- и взаимообучении студентов. Здесь отсутствует предопределенность содержания курса, преобладают автономность, самостоятельность, многовариантность [2];

2) xMOOCs – экспоненциальные MOOK, представляющие собой курсы с неограниченным количеством участников, включающие доступ к заранее записанным видеолекциям, промежуточным заданиям для освоения материала и онлайн-тестированиям с автоматической проверкой работ [3; 4]. Далее в работе будут рассматриваться исключительно экспоненциальные MOOK.

Усиление внимания к теме онлайн-образования в последние годы было обусловлено вызовами пандемии COVID-19. Однако и ранее в вузах России и всего мира разрабатывались онлайн-курсы для обучения собственных студентов и сторонних слушателей. По состоянию на начало 2022 г. на платформах открытого образования было размещено более 19 тысяч массовых открытых онлайн-курсов (MOOK) и отмечалась тенденция неуклонного роста их количества [5].

В 2014 г. эксперты Компьютерного общества Института инженеров электротехники и электроники (IEEE Computer Society) сделали прогноз развития информационных технологий до 2022 г. Авторы этого отчета, руководствуясь кривой хайпа Гартнера, прогнозировали, что открытая модель образования, представляемая MOOK, является достаточно привлекательной для пользователей. Тогда они сделали вывод о том, что со временем такая модель образования будет принята университетским сообществом. Прогноз предсказывал, что MOOK будут полноценно встроены в образовательный процесс университетов не ранее 2022 г. (рис. 1) [6]. Теперь, по завершении 2022 г., мы имеем возможность оценить, насколько точным был прогноз специалистов, и установить, какова роль MOOK на данный момент.

Растущая популярность MOOK обусловила большое количество исследований. Ряд ученых считает, что главным предназначением массовых открытых онлайн-курсов является сокращение неравенства в образовании [7; 8]. Другие утверждают, что их возникновение и распространение является частью естественного процесса перехода к цифровой образовательной реальности [9; 10]. Третьи, напротив, доказывают, что вузы при разработке MOOK руководствуются коммерческими интересами, такими, как развитие бренда и платных образовательных программ [11; 12].

Особый интерес в части определения мотивов разработки MOOK в университетах представляют две работы, в рамках которых был проведен опрос администраторов университетов о роли MOOK в развитии высшего образования и отдельного вуза. Э. Аллен и Дж. Симан провели опрос среди более чем 2 800 менеджеров американских университетов [13], а Д. Янсен и Л. Конингс – среди представителей 99 европейских вузов [3]. Вышеприведенные исследования позволили выявить, что ведущими мотивами администраторов университетов при принятии решений о разработке MOOK являются повышение узнаваемости (27,5 % и 23 % соответственно), увеличение числа и качества студентов (20 % и 5 %), а также предоставление гибких образовательных траекторий (17,2 % и 33 % соответственно) и возможность развивать высшее образование путем инновационной педагогики (18 % и 14 %).

Отечественные исследователи при оценке роли MOOK в развитии университетов выделяют возможности обеспечения экономической эффективности деятельности вуза путем снижения издержек [14; 15] за счет сокращения затрат на проведение классических лекционных занятий. Также

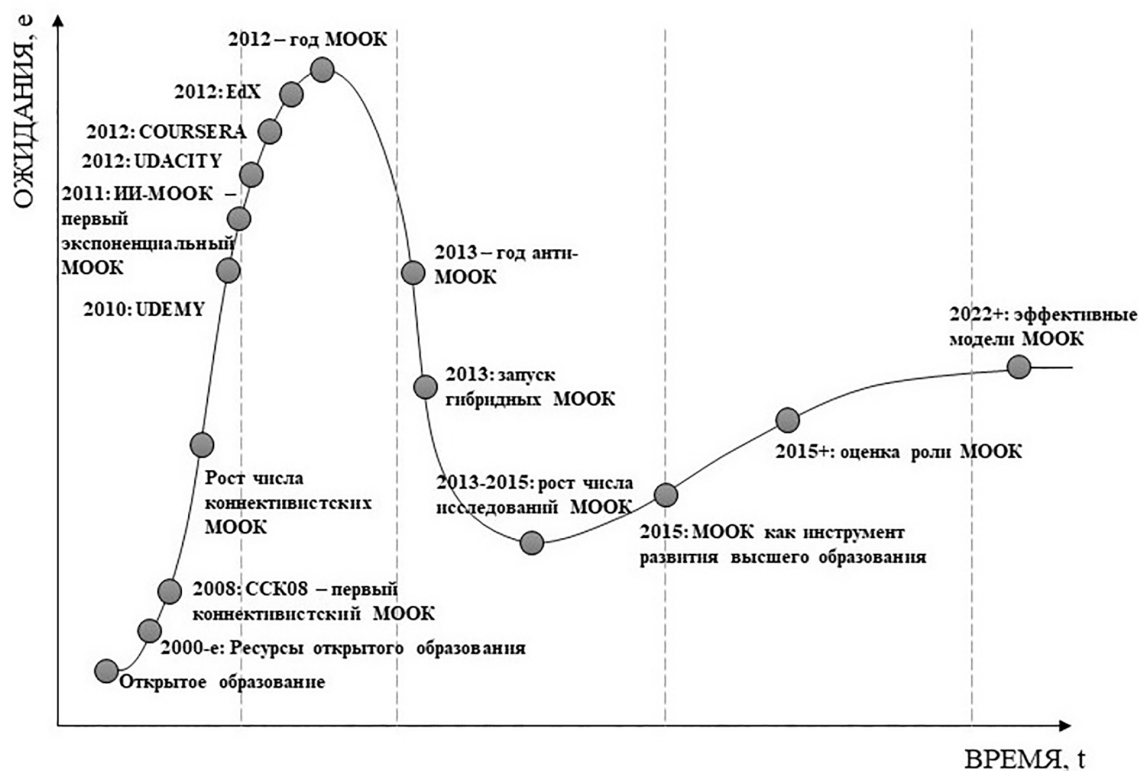


Рис. 1. MOOK: кривая Гартнера
Fig. 1. Gartner Hype Cycle for MOOCs

считаются актуальными необходимость формирования индивидуальной траектории обучающихся [16–18], определение механизмов оценки качества образования посредством MOOK [19] и проблема расширения экспорта образования и привлечения талантливых студентов [20; 21]. Важным аспектом исследований значения MOOK для развития вузов российские авторы считают масштабирование направления дополнительного профессионального образования (ДПО) на базе университетов [22–24].

В опоре на данные материалы можно выделить четыре группы мотивов, побуждающих государственные органы и университеты поддерживать разработку MOOK:

- глобальная цифровая трансформация;
- сокращение неравенства в образовании посредством предоставления открытого доступа к университетским учебным материалам и процедурам оценивания;
- расширение образовательных возможностей студентов и преподавателей;
- использование MOOK в качестве маркетингового инструмента.

Тем не менее, установление причинно-следственных связей между разработкой MOOK и развитием высших учебных заведений в отечественной науке остается не в полной мере завершенным.

Во-первых, большинство исследований фокусируются на мотивационных аспектах работы студентов и преподавателей, а не на целеполагании университетов в целом. Во-вторых, до настоящего времени не проводилось исследований, использующих комбинацию качественного контент-анализа программных документов развития университетов и анкетирования преподавателей и менеджеров по развитию онлайн-образования. Основной вопрос данной статьи заключается в том, какими мотивами в первую очередь руководствуются российские университеты при принятии решений о разработке и размещении MOOK на платформах открытого образования.

Особенности российского рынка MOOK

В России MOOK обрели популярность на несколько лет позже, чем за рубежом. Первая волна разработки MOOK совпала с распространением широкополосного интернета и расширением доступа домохозяйств и университетов к этому ресурсу [25]. Так, например, в 2009 г. считалось, что университет имеет доступ в интернет при подключении со скоростью 128 кбит/с и выше, а уже в 2016 г. диапазон учета скорости интернета колебался между 256 кбит/с и 100 Мбит/с, что свидетельствует

о значительном расширении возможностей доступа к информации, в особенности к видеоматериалам [26]. Уже к 2015 г. российские университеты разрабатывали экспоненциальные MOOK не только для внутренних потребителей, но и для общемировой аудитории – и даже заняли долю в 2 % [27].

По состоянию на 2021 г. лидерами в сфере экспорта образования стали Великобритания, США и Австралия, которые занимают 36 % в данном сегменте рынка [28]. Однако и в России есть университеты, обладающие высоким экспортным потенциалом. Порядка 50 из них можно отнести к категории глобально значимых. Они входят в мировые рейтинги, отличаются высоким качеством преподавания и селективностью отбора студентов. 15 вузов из этого числа на 2021 г. входили в первые сотни международных предметных или отраслевых рейтингов. Их преподаватели ведут значимую исследовательскую работу помимо образовательной деятельности [27].

Необходимость развития цифрового потенциала российских университетов признается и активно поддерживается государством. Так, в рамках направлений Проекта повышения конкурентоспособности ведущих университетов Российской Федерации среди ведущих мировых научно-образовательных центров (Проект 5-100) создание репутации национальных университетов как ведущих мировых научно-образовательных центров предполагалось реализовать в том числе за счет MOOK на национальном и международном уровнях¹. По данным Министерства науки и высшего образования России, на начало 2020 г. число массовых открытых онлайн-курсов в России составляло 1077, из них 627 были разработаны университетами-участниками Проекта 5-100². После завершения Проекта 5-100 Правительство Российской Федерации приняло решение о запуске программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030»³. С 2021 г. Программа

предполагает развитие университетов в таких направлениях, как цифровая трансформация, реализация образовательных программ в сетевой форме, тиражирование лучших практик в другие университеты и т. д.³.

Однако стоит отметить, что MOOK разрабатываются только в 94 университетах из 497 государственных бюджетных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам высшего образования [29]. Остальные вузы по каким-то причинам не пользуются возможностью участия на платформах открытого образования.

Анализ нормативной базы Проекта «Приоритет-2030» позволяет сделать вывод, что разработка и размещение MOOK на платформах открытого образования и включение их в программы учебных дисциплин соответствуют сразу нескольким направлениям проекта. Так, высвобождение преподавателей в пользу исследовательской деятельности может напрямую увеличивать научно-исследовательский потенциал университета. Например, в НИУ «ВШЭ» развитие модели смешанного обучения является одной из целей внутриуниверситетской практики реализации MOOK. Студентам старших курсов предлагается выбрать общеуниверситетские или межпрограммные майноры, лекционная часть которых реализуется онлайн во избежание перегрузки учебных аудиторий⁴. Включение MOOK в учебные планы также может стать мерой поддержки студентов с особыми образовательными потребностями. Включение новых форм работы в учебные планы и смещение фокуса с чтения лекций в аудитории на активное взаимодействие с преподавателем может стать стимулом к улучшению качества образования и развитию кадрового потенциала. Привлечение зарубежных студентов посредством представления учебных материалов в открытом доступе, а также сотрудничество с партнерскими зарубежными организациями может стать стимулом для развития международного сотрудничества.

Не менее значимыми для развития отечественного высшего образования являются и партнерские отношения университетов внутри страны. В конце 2014 г. по инициативе Министерства образования и науки РФ было принято решение об учреждении «Национальной платформы открытого образования», которая начала свою работу в апреле 2015 г. Учредителями платформы стали восемь ведущих российских вузов: НИУ ВШЭ, МФТИ, УрФУ,

¹ Постановление Правительства РФ от 16.03.2013 № 211 «О мерах государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров» (ред. от 30.12.2020).

² Министерство науки и высшего образования РФ [Электронный ресурс]. URL: https://minobrnauki.gov.ru/ru/press-center/card/?id_4=2473 (дата обращения: 22.12.2022).

³ Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 31.05.2021 № 432 «Об утверждении перечня целевых показателей эффективности реализации программ развития образовательных организаций высшего образования, которым предоставляется поддержка в рамках стратегического академического лидерства «Приоритет-2030», и методик их расчета; Постановление Правительства Российской Федерации от 13.05.2021 № 729 «О мерах по реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030».

⁴ Введение в майноры 2022 – Выбор траектории обучения [Электронный ресурс]. URL: <https://electives.hse.ru/minor2022/> (дата обращения: 02.05.2023).

МГУ, МИСиС, ИТМО, СПбГУ и СПбПУ [30]. Для размещения на этой платформе каждый курс проходит строгую процедуру оценки качества. Все курсы разрабатываются в соответствии с ФГОС и отвечают требованиям к результатам освоения образовательных программ отечественных вузов.

Число MOOK на платформе «Открытое образование» из года в год демонстрирует устойчивый рост и на октябрь 2022 г. составляет 1006 доступных массовых открытых онлайн-курсов. Число уникальных подписчиков платформы превышает 6 млн человек [21; 31; 32].

Несмотря на необходимость значительных стартовых капиталовложений для обеспечения производства MOOK, к платформе НПОО с каждым годом присоединяется все больше вузов. Если в 2014 г. на платформе были представлены всего 8 разработчиков, то в 2022 г. их число достигло 20.

Кроме платформы «Открытое образование», отечественные вузы предлагают свои MOOK на таких платформах, как «Stepik», «Росдистант», «Образование на русском», «Универсариум». Всего на октябрь 2021 г. насчитывалось 59 подобных площадок [33].

Методология

Исследование направлено на определение мотивов, которыми руководствуются российские университеты при принятии решений о разработке и размещении экспоненциальных массовых открытых онлайн-курсов (MOOK) на платформах открытого образования. В работе применяется методология встроенных смешанных методов (embedded mixed methods design), которая предполагает интеграцию качественных и количественных методов для ответа на поставленный исследовательский вопрос [34; 35].

Первым этапом исследования является контент-анализ текстов программ развития университетов «Приоритет-2030» (qualitative): с его помощью мы определяем мотивы разработки MOOK, которые университеты декларируют в своих программных документах, направленных на достижение академического лидерства. Далее следуют оценка и уточнение полученных данных с применением количественных опросных методов исследования (quantitative), после чего результаты дополнительно уточняются путем проведения полуструктурированных интервью с управленцами университетов (qualitative). Таким образом, выбранный дизайн исследования обеспечивает комплексное рассмотрение феномена MOOK с точки зрения управления университетом: с одной стороны,

с позиции декларируемого целеполагания процессов развития открытого образования, а с другой — с позиции конкретных людей, принимающих решения в сфере развития университетов.

Контент-анализ программ развития университетов

Характеристика выборки

Для проведения исследования были отобраны все вузы (18), представившие свои MOOK на «Национальной платформе открытого образования» на 10 января 2022 г. Эта платформа была выбрана, поскольку она является крупнейшей [33]; 16 из 18 университетов, представивших на ней свои курсы, являются участниками Программы «Приоритет-2030»⁵.

С целью проведения дальнейшего анализа значимости мотивов для различных вузов (кроме количества представленных курсов) были также приведены характеристики каждого обследуемого вуза по правовому статусу⁶, географической принадлежности (расположение на территории города федерального значения или в регионе) и категории (классический или профильный) (рис. 10). Также выборка разделена на квартили по количеству MOOK, размещенных на Национальной платформе «Открытое образование» (НПОО). Структура выборки представлена на рис. 2.

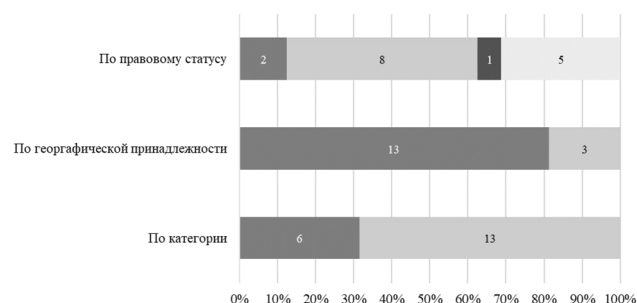


Рис. 2. Структура исследуемой выборки университетов

Fig. 2. The structure of the universities sample studied

Для проведения качественного контент-анализа с целью выявления мотивов, побуждающих университеты к разработке MOOK, были отобраны 16 программ стратегического развития

⁵ Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 31.05.2021 № 432 «Об утверждении перечня целевых показателей эффективности реализации программ развития образовательных организаций высшего образования, которым предоставляется поддержка в рамках стратегического академического лидерства «Приоритет-2030», и методик их расчета».

⁶ Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

университетов, представленных на НПОО в качестве разработчиков⁷. Анализ был проведен с помощью компьютерной программы Atlas.ti⁸, которая позволяет извлекать, кодировать и структурировать необходимые элементы массива текстовых данных. Использование кодировочных таблиц также способствует определению ключевых характеристик массива. Единицами анализа выступали коды (мотивы), а единицами счета – единицы текста, соответствующие тематике исследования и содержащие упоминание о единице анализа (цитаты).

Термин «мотив» в данной работе используется с точки зрения экономического смысла поведения хозяйствующих субъектов и означает устойчивое предрасположение, направляющее поведение субъекта к достижению определенной цели [36].

Результаты контент-анализа

Результатом проведения качественного контент-анализа программ развития университетов исследуемой выборки стало выявление 28 возможных мотивов разработки и размещения МООК на платформах открытого образования. Также программой были автоматически определены коэффициенты валидности кодов (см. табл. 1). В соответствии с выбранной методологией контент-анализа принято считать валидными коды, коэффициент которых составляет 0,01 и более [37]. Таким образом, для проведения следующего этапа исследования был отобран 21 код, а оставшиеся 7 были отклонены как невалидные (выделены серой заливкой в табл. 1).

В ходе интерпретации полученных результатов все выявленные мотивы разработки МООК были разделены на две большие группы:

1. Мотивы, направленные на получение новых возможностей развития, которые позволяют

⁷ Предметом анализа выступили программы развития университетов-участников Проекта «Приоритет-2030», чьи МООК, принятые в августе-октябре 2021 г., представлены на НПОО. В случаях, когда программы развития были изменены в начале 2022/23 уч. г., результаты были скорректированы, а в работе учитывался документ последней редакции.

⁸ Atlas.ti – компьютерная программа для качественного анализа неструктурированных данных (тексты, мультимедиа, геоданные и т. д.), которая позволяет находить единицы анализа, кодировать, аннотировать, выявлять и визуализировать связи между ними. Atlas.ti широко используется в качественных и смешанных исследованиях широкого круга социальных и экономических наук. Пользовательский интерфейс поддерживает 5 языков (английский, немецкий, испанский, португальский и упрощенный китайский), однако язык исследовательских материалов и кодирования может быть любым. В возможности программы также входит выгрузка данных в различных форматах (SPSS, HTML, CSV) для их последующего анализа, хранения и/или размещения в открытом доступе. Лицензия: ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH. URL: <https://atlasti.com/> (дата обращения: 02.05.2023).

университетам развивать свои преимущества (категория «Возможности»), – 18 мотивов;

2. Мотивы, направленные на устранение каких-либо дефицитов или недостатков в деятельности университета (категория «Дефициты»), – 10 мотивов.

Наиболее представленной в текстах программ развития университетов «Приоритет-2030» является категория «Возможности» (285 цитат и 468 упоминаний), а категория «Дефициты» представлена гораздо меньше (119 цитат и 145 упоминаний). Это позволяет сделать вывод о том, что в программах развития университетов МООК позиционируются скорее как инструмент развития, а не как средство устранения недостатков классических форм обучения. Для более подробного определения закономерностей в данной части исследования выборка рассматривалась как комплексно, так и в группировках по четырем основаниям:

1. По количеству курсов на НПОО (по квартилям);

2. По правовому статусу (особый / федеральный / научно-исследовательский / государственный);

3. По географической принадлежности (город федерального значения / регион);

4. По категории (классический / профильный).

Наиболее часто в документах в категории «Возможности» упоминались такие мотивы (коды), как «Продвижение онлайн-программ дополнительного и дополнительного профессионального образования» (67), «Продвижение общего бренда вуза» (51) и «Переход к качественно новой образовательной реальности» (50). В категории «Дефициты» наиболее часто упоминаемыми оказались мотивы (коды) «Изменение запросов работодателей» (41), «Повышение квалификации профессорско-преподавательского состава (ППС)» (26) и «Оптимизация образовательных программ» (22).

После обобщения данных качественного контент-анализа программ развития университетов по категориям был выявлен ряд тенденций:

1. В программах университетов первого квартиля (с наибольшим числом курсов на НПОО) мотив «Переход к качественно новой образовательной реальности» является более частотным, чем в других категориях. Это может быть обусловлено процессами реальной глубокой цифровой трансформации образования в вузах этой категории.

2. Мотив «Продвижение общего бренда вуза» наиболее представлен среди университетов III квартиля. Сформировано предположение о том, что вузы, незначительно представленные на НПОО,

Таблица 1

**Частота упоминаний и оценка валидности мотивов разработки
MOOC в программах развития университетов**

Table 1

**The frequency of mentioning and the assessment of motives validity
for making MOOCs in university development programs**

№	Возможности			№	Дефициты		
	Мотив (код)	Частота	Коэф.		Мотив (код)	Частота	Коэф.
1	Новая образовательная реальность	67	0.1658	1	Повышение квалификации ППС	41	0.1015
2	Привлечение талантливых абитуриентов	51	0.1262	2	Обеспечение равного доступа к образованию	26	0.0644
3	Развитие глобального сотрудничества	50	0.1238	3	Трансформация рынка труда	22	0.0545
4	Привлечение корпоративных партнеров	47	0.1163	4	Обеспечение цифровой безопасности	17	0.0421
5	Продвижение дополнительного и дополнительного профессионального образования	43	0.1064	5	Соответствие требованиям государственных программ	15	0.0371
6	Персонализация образования	39	0.0965	6	Оптимизация образовательных программ	12	0.0297
7	Продвижение онлайн-программ магистратуры	31	0.0767	7	Необходимость непредвзятого оценивания	4	0.0099
8	Продвижение онлайн-программ бакалавриата	25	0.0619	8	Оптимизация рабочего времени ППС	3	0.0074
9	Межвузовское партнерство	23	0.0569	9	Развитие цифровой культуры студентов	2	0.0050
10	Развитие экспорта образования	20	0.0495	10	Повышение качества образования	2	0.0050
11	Продвижение среди школьников	19	0.0470				
12	Изучение цифрового следа учащихся	17	0.0421				
13	Продвижение общего бренда вуза	15	0.0371				
14	Популяризация национальных ценностей	8	0.0198				
15	Повышение доходности от онлайн-образования	5	0.0124				
16	Продление цикла работы со студентом (lifelong)	4	0.0099				
17	Развитие академической мобильности онлайн	4	0.0099				
18	Расширение целевой аудитории	1	0.0025				

могут рассматривать платформу как инструмент популяризации своего бренда на российском рынке.

3. Мотив «Продвижение онлайн-программ дополнительного и дополнительного профессионального образования» получил наивысшую оценку и имеет наибольшую частоту цитирований в программах научно-исследовательских университетов. Также в программах вузов

данной категории высоко оцениваются возможности повышения квалификации ППС с использованием собственных онлайн-курсов.

4. Университеты, расположенные в городах федерального значения, выше оценивают возможности развития экспорта образования и привлечения школьников через размещение MOOC на платформах открытого образования, чем региональные

вузы. В то же время региональные университеты высоко оценивают возможности персонификации образования посредством MOOK.

5. Анализ оценок мотивов категории «Дефициты» показал, что профильные вузы (технические и экономические) в два раза выше оценивают значимость мотива «Повышение квалификации ППС». Это может быть связано с академическими традициями университетов вышеприведенных категорий, а также с характеристиками материально-технической базы таких университетов.

Таким образом, необходимо констатировать, что группировка университетов по всем четырем измерениям позволила расширить результаты качественного анализа текстов программ развития университетов-разработчиков MOOK, представленных на НПОО.

Однако отметим, что в данных качественного контент-анализа программ развития университетов в значительной степени присутствуют флуктуации, т. е. значительные расхождения в оценках мотивов в зависимости от вуза. Поэтому для дальнейшего выявления закономерностей и детализации кейсов в исследуемой области было принято решение о расширении исследования путем проведения интервью с менеджерами по развитию университетов.

Опрос и экспертные интервью

Данный этап исследования был направлен на уточнение результатов качественного контент-анализа программ развития

университетов-разработчиков MOOK и складывался из двух шагов. Первым шагом стало анкетирование преподавателей и менеджеров по развитию онлайн-образования исследуемых вузов, а вторым – уточнение результатов опроса путем проведения полуструктурированных экспертных интервью.

Характеристика выборки

При проведении опроса при помощи ресурса «Google Формы» респондентам были присвоены коды, соответствующие названиям вузов, представителями которых они являются. Сбор данных осуществлялся в период с июня по сентябрь 2022 г.

В выборку вошли 16 респондентов из числа менеджеров онлайн-образования 11 вузов, MOOK которых представлены на НПОО; некоторые респонденты также являлись авторами MOOK, представленных на НПОО. Также к опросу присоединился представитель Тюменского индустриального института (ТИУ), не являющегося участником программы «Приоритет-2030», но разрабатывающего MOOK для размещения на НПОО. Таким образом, в общей выборке данного этапа исследования присутствуют представители 12 вузов (см. табл. 2).

Полученные данные были использованы для уточнения и сравнения оценок мотивов, побуждающих вузы к разработке MOOK, с результатами контент-анализа их программ развития. Также они были взяты в качестве основы для следующей итерации исследования – проведения полуструктурированных интервью.

Таблица 2

Вузы, представители которых приняли участие в опросе

Table 2

Universities represented in the survey

Название университета	Код университета
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	НИУ ВШЭ
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	НИЯУ МИФИ
Национальный исследовательский университет ИТМО	ИТМО
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова	МГУ
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина	УрФУ
Московский физико-технический институт	МФТИ
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева	Самарский университет
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»	СПбГЭТУ ЛЭТИ
Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана	МГТУ им. Баумана
Тюменский государственный университет	ТюмГУ
Московский государственный технологический университет «СТАНКИН»	МГТУ Станкин
Тюменский индустриальный университет	ТИУ

Для обеспечения сопоставимости результатов опроса с результатами качественного контент-анализа документов при оценивании мотивов разработки вузами MOOK было использовано шкалирование методом вынужденного выбора по Лайкерту [38] с отсутствием нейтральной категории со значениями от 1 до 8, где 8 соответствует значению «имеет важнейшее значение», а 1 – «совсем не важно».

Следующим шагом для выявления и оценки мотивов, побуждающих университеты к разработке MOOK, стало проведение полуструктурированных интервью, которые строились на обсуждении трех наиболее и наименее значимых мотивов разработки и размещения MOOK на платформах открытого образования. Интервью были направлены на уточнение ответов респондентов, полученных в процессе анкетирования.

Результаты опросов и экспертных интервью

В большинстве случаев оценки экспертов не совпали с результатами контент-анализа программ развития университетов. Так, лишь 27 из 154 (17,5 %) пар оценок совпали, при этом 103 пары оценок (66,9 %) отличаются более чем на 3

пункта, что является значительным расхождением в соответствии с принятой шкалой, так как при таком разбросе оценки, полученные на разных этапах исследования, могут противоречить друг другу. В табл. 3 представлены обобщенные данные двух этапов исследования, приведенные к сопоставимым значениям в соответствии с принятой шкалой оценивания.

Отдельно стоит отметить, что в опросе экспертов были представлены два дополнительных мотива («Рост позиции в рейтингах университетов» и «Ответ на вызовы пандемии Covid-19»), которые напрямую не упоминались в программах развития университетов, но были широко представлены в публикациях по теме исследования. Таким образом, на данном этапе исследования экспертам предлагалось оценить 16 мотивов, побуждающих университеты к разработке и размещению MOOK на платформах открытого образования.

Выявление расхождений, а также иллюстрирование практической значимости представленных мотивов было осуществлено путем проведения полуструктурированных интервью с участниками опроса. Рассмотрим результаты сравнительного анализа по каждому из представленных мотивов

Таблица 3

Классификация мотивов разработки MOOK в университетах России

Table 3

Classification of motives for developing xMOOCs in Russian universities

№	Возможности			№	Дефициты		
	Мотив	Оценка			Мотив	Оценка	
		Средняя по прогр.	Средняя опрос			Средняя по прогр.	Средняя опрос
1	Продвижение онлайн-программ дополнительного и дополнительного профессионального образования	7,38	6,69	1	Повышение квалификации ППС	4,25	5,81
2	Продвижение общего бренда вуза	5,56	6,25	2	Ответ на вызовы пандемии Covid-19		5,44
3	Продвижение онлайн-программ ВО	5,63	6,44	3	Соответствие требованиям гос. программ	3,94	4,63
4	Продвижение среди школьников	4,06	6,19	4	Изменение запросов работодателей	4,75	
5	Рост позиции в рейтингах университетов		6,13	5	Оптимизация образовательных программ	4,06	
6	Персонафикация образования	5,38	6	6	Обеспечение равного доступа к образованию	3,00	6,13
7	Межвузовское партнерство	5,13	5,88	7	Оптимизация рабочего времени ППС	4,06	

№	Возможности			№	Дефициты		
	Мотив	Оценка			Мотив	Оценка	
		Средняя по прогр.	Средняя опрос			Средняя по прогр.	Средняя опрос
8	Новая образовательная реальность	5,13	5,56	8	Необходимость непредвзятого оценивания	2,06	5,38
9	Развитие экспорта образования	4,81	5,50	9	Обеспечение цифровой безопасности	1,57	
10	Привлечение корпоративных партнеров	5,5	5,44				
11	Развитие глобального сотрудничества	4,06	5,19				
12	Изучение цифрового следа учащихся	3,44					
13	Повышение доходности от онлайн-образования	2,25					
14	Популяризация национальных ценностей	2,98					

и интерпретируем результаты с опорой на результаты интервьюирования экспертов.

- *Возможности: «Продвижение онлайн-программ дополнительного и дополнительного профессионального образования»*

Этот мотив высоко оценивается как в программах развития университетов, так и по результатам опросов. Следует отметить, что региональные вузы и их представители присваивают данному мотиву меньшие оценки по сравнению с вузами, расположенными в Москве и Санкт-Петербурге.

Также представители НИУ отдают этому мотиву большее предпочтение по сравнению с государственными университетами. Однако следует отметить, что в целом более приоритетным это направление считают представители вузов, на базе которых уже активно функционируют структурные подразделения по разработке и предоставлению услуг дополнительного (ДО) и дополнительного профессионального образования (ДПО).

При более подробном обсуждении направления развития ДПО на базе университетов с использованием МООК респонденты давали неоднозначные оценки мотива. Так, один из информантов отметил, что сами МООК можно эффективно использовать в качестве пробных версий программ ДПО, но базируются онлайн-курсы, как правило, на программах уже действующих востребованных аудиторных дисциплин. В таком случае слушателям предлагается освоить теоретическую часть программы

в формате МООК, а уже к практической части перейти в аудитории или в производственных помещениях. Также освоение МООК может служить своеобразным фильтром или необходимой базой для того, чтобы «освежить» знания специалистов перед самым курсом повышения квалификации. Также есть мнение, что для привлечения уже работающих взрослых людей используются другие каналы, а МООК служат скорее для работы с иными категориями слушателей: «ДПО – краткосрочная история, сама НПОО же создавалась изначально для студентов. А курсы повышения квалификации у нас делаются в большей степени под заказчика, иногда и в формате онлайн-курса. Но тогда он не может быть открытым».

- *Возможности: «Повышение общего бренда вуза»*

Развитие общего бренда вуза путем представления университета на платформах открытого образования тоже в целом высоко оценивается и в программных документах, и по результатам опроса. В данном случае сложно выявить какие-либо зависимости, поскольку результаты анализа документов и опроса в целом совпадают. Также совпадают средние и медианные значения.

Часть респондентов считают, что сам факт представления онлайн-курсов на НПОО свидетельствует о высоком уровне преподавания в университете, так как платформа выдвигает жесткие требования к формату и содержанию МООК: «Они

<МООК – прим. авт.> должны соответствовать ряду требований платформы и, кроме того, получить заключение экспертной комиссии. Конечно, те вузы, которые способны произвести такие курсы по умолчанию на высоком уровне, могут преподавать эти дисциплины». Также есть мнение, что «не все онлайн-курсы на НПОО – массовые... Сложно представить, что кто-то случайно зашел на НПОО и решил: “О! Дай-ка я прослушаю курс про сталеплавильные печи!” У нас есть ряд таких курсов, но они не массовые. И мы не питаем иллюзий». Отмечается также, что бренд – многомерное понятие, и сам факт разработки МООК может поддержать бренд вуза, но не является определяющим: «Для среднего вуза это утопия. Можно сказать, что МООК – это кусочек в копилочку бренда».

- *Возможности: «Инструмент перехода к качественно новой образовательной реальности»*

Данный мотив оценивается и в программных документах вузов, и респондентами как важный, но не приоритетный. Одной из возможных причин такой оценки может быть сложность одномоментного оценивания динамики трансформации образования. А в документации вузов речь может идти скорее о цифровой трансформации форм работы.

Эту точку зрения подтверждают и респонденты: «Мы ведь пока не знаем, куда мы переходим с этим онлайн-образованием, да и с МУКами тоже. Какое качество будет у этой реальности. Пока сложно сказать. А может, и не изменится ничего...»; «Ну, вот этот пункт у вас сложно оценить как-то. Да, образование меняется. Но я не сказал бы, что это какая-то новая реальность. Да, меняется формат работы, преподавателю уже не нужно читать лекцию каждой группе, или, например, можно самому себе курс выбрать и проходить его в своем темпе. Но образование при этом не сильно меняется...»

- *Возможности: «Межвузовское партнерство»*

Неоднозначно оцениваются возможности межвузовского партнерства с использованием МООК. На этапе анализа программ развития университетов минимальная оценка данного мотива составила 1 балл, а максимальная – 7 баллов; по результатам анкетирования минимальная оценка оставилась на показателе в 3 балла, а максимальная составила 8 баллов.

При уточнении мнений экспертов в ходе интервью также были получены противоречивые мнения: «У нас это не работает. Мы даем настолько высокое качество, что региональные вузы не могут с этим справиться... Проходит два месяца, три, и они запрашивают разрыв контракта. Ни одного профильного курса мы так и не реализовали до конца с региональными вузами». И напротив:

«Мы предлагаем специальный проект по развитию сотрудничества с региональными вузами. Это предложение лучших практик. Мы потом полностью поддерживаем весь процесс, есть специальные люди для этого».

- *Возможности: «Привлечение корпоративных клиентов и бизнес-партнеров»*

И в программах развития, и в ответах на вопросы этот мотив оценивается как важный. Зависимостей между оцениванием мотива и принадлежностью к различным типам вузов на данном этапе исследования выявлено не было. Интервьюируемые эксперты невысоко оценивают возможности привлечения корпоративных клиентов посредством МООК: «Сложно представить, чтобы представители компаний сидели и просматривали эти курсы или по платформам искали. Есть отдельные структурные подразделения, которые именно с бизнесом и работают. Я пока ни одного случая не знаю, чтобы через курсы приходили». С другой стороны, этот мотив также ассоциируют с общим позиционированием вуза: «Вряд ли вот так прямо, но люди же не в вакууме существуют. Они, конечно, в интернете ищут информацию. Если мы с кем-то из крупных заказчиков уже работали и там, на больших платформах, размещаемся, если вообще бренд сильный, то да, нам доверяют».

- *Возможности: «Продвижение онлайн-программ высшего образования»*

Возможность продвижения онлайн-программ бакалавриата и магистратуры высоко оценивается и в документах вузов, и по результатам опросов. Как и ожидалось, по этому мотиву оценки выше у тех вузов и их представителей, которые в принципе предлагают такие онлайн-продукты.

Эксперты отмечают: «Высшее образование – это надолго. И люди готовы платить, например, за то, чтобы где-то у себя в городе получать хорошее образование, за то, чтобы иметь возможность работать и сразу же учиться, не ездить никуда. Опять же, для работодателей наш диплом – уже знак качества. Как раз такие студенты смотрят наши курсы на “Открытом образовании”, иногда даже сертификаты шлют на перезачет»; «Наши студенты чаще проходят курсы на университетской платформе. А вот бакалавры из других (вузов), бывает, смотрят наши курсы, сравнивают и потом уже приходят к нам в онлайн-магистратуру». Также некоторые эксперты отмечают, что в МООК пользователей привлекает гибкий график обучения студентов.

- *Возможности: «Персонализация образования»*

В программных документах университетов явно подчеркивается необходимость персонализации

образования путем реализации индивидуальных траекторий обучения. В вузах эта мера реализуется с использованием различных средств, в том числе посредством предложения к прохождению и перезачету МООК. Относительно этого мотива были выдвинуто положение о том, что профильные вузы реже проявляют готовность к перезачету МООК в счет прохождения дисциплин образовательных программ.

Так, эксперты профильных технических вузов делятся следующим: «Мы своим студентам говорим, что не перезачитываем онлайн-курсы»; «Может быть, и можно было бы так делать, но у нас высокое качество, лучшие выпускники (*во включении МООК в образовательный процесс нет необходимости – прим. авт.*)».

- *Возможности: «Экспорт образования» и «Глобальное сотрудничество»*

Эти мотивы в целом невысоко оцениваются как в программах, так и среди опрошенных экспертов: «Экспорт не продвигается через МУК, они же смотрят на все: кампусы, сами учебные аудитории, где поесть можно, да и сам город». Однако отмечается, что именно представленность вуза на глобальных платформах открытого образования может послужить стимулом к развитию международного сотрудничества: «Своей платформы совершенно недостаточно, и “Открытого образования” даже. Coursera, EdX – это то, что представляет нас в международном пространстве. Тут уже можно говорить о каком-то взаимодействии».

Что касается мотива «Экспорт образования», то в этом направлении можно выделить две тенденции. С одной стороны, в условиях пандемии МООК позволили обеспечить часть потоков академической мобильности. С другой стороны, отмечается, что студенты из стран СНГ действительно знакомятся с онлайн-курсами университета на НПОО перед поступлением на программы высшего образования. Англоязычные студенты в большинстве своем взаимодействуют с зарубежными платформами.

- *Возможности: Привлечение школьников*

Несмотря на то, что в программах развития университетов рассматриваемый мотив относится к категории незначительных, эксперты считают его недооцененным: «У нас с каждым годом все больше приходит ребят, которые проходили наши курсы на “Открытом образовании”. Они очень мотивированные. К тому же, потом эти курсы можно перезачесть и заниматься, например, своей исследовательской работой, чтобы не отвлекаться...»; «Школьники – это вообще-то хорошая идея. Они проходят мало курсов, но, если получится завоевать этот рынок, открываются интересные возможности».

- *Дефициты: «Инструмент повышения квалификации научно-педагогических кадров»*

Данный мотив выделяется как наиболее значимый в дефицитной категории. Было выявлено несколько вариантов повышения квалификации преподавателей посредством МООК:

1) Повышение квалификации путем освоения МООК: «Я вам даже могу сказать, что курсы, например, на платформе Coursera, до того, как они ушли с российского рынка, в направлении искусственного интеллекта и другие – их даже больше смотрели преподаватели, чем студенты»; «Я и сам проходил на “Открытом образовании” курс, когда нужно было начать читать дисциплину. Потому что что-то уже забылось, а что-то новое всегда появляется, нужно с этим всем знакомиться».

2) Повышение квалификации путем разработки и записи МООК: «Сейчас хороший преподаватель уже не может просто прочитать лекцию. Теперь ему нужно записать курс, показать, как он работает на камеру, свои материалы доработать под эти цели, добавить интерактив. Нужно учиться это все делать, теперь по-другому уже не получится».

3) Необходимость выстраивать работу со студентами, освоившими МООК: «Вот, например, преподаватели региональных вузов – они сталкиваются со значительными проблемами. Как работать с такими студентами? Нужно научиться выстраивать этот процесс с учетом того, что кто-то сторонний уже прочитал лекции, и теперь со студентами нужно это на практике прорабатывать».

- *Дефициты: «Необходимость соответствия требованиям к участникам государственных программ»*

Несмотря на то, что в программах развития университетов встречаются фрагменты, подчеркивающие важность данного мотива, респонденты чаще отмечали его как «совсем не важный». При уточнении данных через интервью некоторые респонденты утверждали, что участие в государственных программах не может зависеть от наличия МООК у вуза. Однако трое из них отметили, что способность вуза разрабатывать онлайн-курсы может стать основанием для получения целевых грантов и участия в государственных программах: «Не то чтобы это цель, но хорошая возможность для развития вуза. Так мы и своих преподавателей представляем, и региональным партнерам помогаем, и финансирование, соответственно, на эти цели получаем по программам»; «Все больше внимания этой сфере уделяет Министерство, этот вопрос все больше уточняется в нормативке *<в нормативной документации – прим. авт.>*»; «По сути, государственные программы развития университетов не содержат

прямых требований о необходимости развития именно МООК-инструментария при цифровизации университета. А вот возможность разрабатывать качественные онлайн-курсы позволяет выигрывать конкурсы от Минобрнауки и университета «Иннополис» на производство интерактивных онлайн-курсов (выделяется 6 млрд руб. на разработку), то есть конкурс как раз завершается разработкой МООК (по 16 млн руб. финансирования на каждый)».

- *Дефициты: «Обеспечение равного доступа к качественному образованию»*

Хотя данный мотив высоко оценивается в нормативных документах университетов, результаты опроса и интервью показали, что он не определяет политику вуза в исследуемом направлении. Кроме того, на данном этапе он невозможен для реализации: «Насколько доступ может быть равным, а образование – качественным? Курс может быть качественным, но насколько он будет доступен для понимания?»; «Это распространенная ошибка. Образовательные результаты очень отличаются даже у студентов. Если взять магистров, которые уже имеют навыки, мотивированных из них, в лучшем случае, 25 %. Остальные даже не окончат курс. Это уже не равная доступность»; «Равный доступ – это равный интернет и одинаковые гаджеты. Курс может быть качественным, а в деревне просто нет интернета, чтобы его посмотреть таким, какой он есть. Раньше курсы были полностью открытыми, а теперь уникальная информация становится платной».

- *Дефициты: «Обеспечение непредвзятого оценивания образовательных результатов»*

Хотя МООК также могут выступать в качестве инструмента для непредвзятого оценивания образовательных результатов студентов, данный мотив по результатам исследования оценивается невысоко. Однако выявлено, что региональные государственные университеты оценивают его выше, чем столичные научно-исследовательские вузы. Это может объясняться тем, что научно-исследовательские университеты не нуждаются в повышении качества оценивания. Респонденты поясняют неоднозначность оценок этого мотива следующим образом: «У нас и сейчас, например, есть система прокторинга, но она несовершенна. Все равно можно обмануть систему, есть такие умельцы»; «В этих курсах тесты часто даются просто. Не могу сказать, насколько это объективно. И посмотреть можно, и угадать... Все-таки когда оценивает преподаватель, он может какие-то уточняющие вопросы задать».

- *Мотивы, не отраженные в программах развития университетов*

Кроме тех мотивов, которые были выявлены по итогам первой итерации контент-анализа программ развития университетов, в опросе были также представлены две формулировки мотивов, которые касаются продвижения университетов в позициях рейтингов вузов, а также использования МООК в связи с пандемией COVID-19.

Несмотря на то, что в программах развития мотив «Продвижение в рейтингах вузов» не был представлен, большинство участников опроса оценивают его как важный или важный, но не приоритетный: «Обычно не принято об этом говорить (это же часть бренда), но мы, конечно, понимаем, что МУКи могут в каких-то рейтингах повышать позиции. Когда была Coursera, это, конечно, учитывалось». Такое расхождение объясняется, с одной стороны, тем, что позиции в рейтингах могут трактоваться как составная часть бренда университета. С другой стороны, существует возможность искажения результатов опроса в связи с проявлением социально желательного поведения, т.е. такого, при котором оценки мотивов, имеющих коммерческую значимость, сознательно занижаются. А оценки мотивов, характеризующих деятельность университетов с позиции общественного блага, завышаются.

Безусловно, пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на распространение практик МООК, и это также отмечают информанты в своих ответах на вопросы анкеты и в интервью. Однако с учетом долгосрочного характера программ развития университетов можно предположить, что вызовы пандемии невозможно предусмотреть на такой длительный срок: «У нас есть ситуационный центр, который этим занимается»; «Конечно, хорошо, что у нас уже были курсы к началу пандемии».

Также стоит отметить мотив привлечения дополнительных средств за счет реализации массовых открытых онлайн-курсов. Он отмечается в программах развития университетов, однако сами эксперты говорят о том, что прибыльную модель в рамках отечественного рынка пока реализовать не удалось: «Финансовых успехов от деятельности на платформе “Открытое образование” мы не имеем. Но Coursera давала прибыль. За 2020 г. прибыль составила сотни тысяч долларов». Факты свидетельствуют о том, что экономически эффективная организация разработки и представления МООК на платформах открытого образования и получение прямой прибыли от реализации этого направления возможны.

Итак, можно сказать, что ведущими мотивами, которые побуждают университеты к развитию МООК, эксперты единогласно считают

возможности привлечения слушателей на программы ДО и ДПО и развитие общего бренда вуза. В университетах, которые предлагают к освоению онлайн-программы высшего образования, также отмечают возможность привлечения на них студентов посредством реализации MOOK. Представители региональных государственных университетов рассматривают разработку и реализацию MOOK как меру обеспечения персонализации образования для студентов основных образовательных программ. Респонденты считают недооцененным канал привлечения выпускников школ на основные образовательные программы через реализацию и размещение MOOK на платформах открытого образования.

Основным мотивом разработки MOOK, который условно направлен на покрытие дефицитов в деятельности университетов, является повышение квалификации преподавателей в трех измерениях: освоение новых знаний через MOOK (в т. ч. разработка общеуниверситетских платформ для повышения квалификации педагогов); освоение новых навыков при разработке и реализации MOOK; освоение новых навыков при встраивании материалов MOOK других преподавателей в программу своей дисциплины.

Также респонденты утверждают, что на данном этапе развития технологии MOOK невозможно обеспечить всех желающих равным доступом и равным качеством реализации массовых открытых онлайн-курсов, а также безошибочной системой оценивания образовательных результатов. Кроме того, по итогам интервьюирования респондентов были выявлены мотивы, побуждающие вузы к разработке MOOK, которые не отражены или недостаточно отражены в текстах программ развития.

Заключение

По результатам проведенного контент-анализа программ развития университетов предложена новая классификация мотивов разработки и размещения MOOK на платформах открытого образования: мотивы «развития возможностей» и мотивы «преодоления дефицитов». К первой категории относятся мотивы, направленные на получение новых возможностей развития, а ко второй – мотивы, направленные на устранение дефицитов в деятельности вуза.

На основании результатов исследования можно сделать вывод о том, что российские университеты рассматривают MOOK скорее как инструмент развития, а не как средство устранения недостатков традиционных форм обучения. Ведущими

мотивами при разработке и размещении MOOK на платформах открытого образования являются продвижение онлайн-программ ДО и ДПО, а также онлайн-программ высшего образования, повышение общего бренда вуза и повышение квалификации профессорско-преподавательского состава.

Один из информантов исследования описал роль массовых открытых онлайн-курсов в развитии российских университетов как «маленький кусочек в копилочку бренда университета». MOOK не являются универсальным решением, но могут играть определенную роль в продвижении бренда университета и предоставлении новых возможностей для развития отечественного образования.

В целом, исследование раскрывает мотивы разработки MOOK в российских университетах с точки зрения управления их развитием, а также дает представление о потенциальной роли инструментов открытого образования. Результаты этого исследования могут быть использованы для концептуального обоснования, разработки и внедрения MOOK в российских университетах.

Список литературы

1. Бугайчук К. Л. Массовые открытые дистанционные курсы: история, типология, перспективы // Высшее образование в России. 2013. № 3. С. 148–155.
2. Naert F. MOOCs, SPOCs, DOCCs and Other Bugs // Position Papers for European Cooperation on MOOCs. The Netherlands : EADTU, 2015. P. 64–74.
3. Jansen D., Konings L. MOOC Strategies of European Institutions. The Netherlands : EADTU, 2017. 71 p.
4. Rodriguez O. The Concept of Openness behind c and x-MOOCs (Massive Open Online Courses) // Open Praxis. 2013. Vol. 5, no. 1. P. 67–73.
5. The Decade of MOOCs: A Review of MOOC Stats and Trends in 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.classcentral.com/report/moocs-stats-and-trends-2021/> (дата обращения: 12.05.2023).
6. Bozkurt A. Research Trends in Massive Open Online Course (MOOC) Theses and Dissertations: Surfing the Tsunami Wave // Open Praxis. 2016. Vol. 8, no. 3. P. 203–221.
7. Global Education Monitoring Report 2020: Inclusion and Education: All Means All // United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) [Электронный ресурс]. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373718> (дата обращения: 12.05.2023).
8. Shah D. Online Degrees Slowdown: A Review of MOOC Stats and Trends in 2019 // Class Central. 2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.classcentral.com/report/moocs-stats-and-trends-2019/> (дата обращения: 20.05.2023).
9. Kukulska-Hulme A., Beirne E., Conole G. et al. Innovating Pedagogy 2020: Open University Innovation Report 8. Milton Keynes : The Open University, 2020. 48 p.
10. Williamson B. Digital Education Governance: Data Visualization, Predictive Analytics, and 'Real-Time' Policy

- Instruments // Journal of Education Policy. 2016. Vol. 31, no. 2. P. 123–141.
11. Gaebel M. MOOCs: Massive Open Online Courses. Geneva : EUA, 2014. 217 p.
 12. Howarth J. Massive Open Online Courses and Consumer Goals // International Journal of Consumer Studies. 2022. Vol. 46, no. 3. P. 994–1015.
 13. Allen I. E., Seaman J. Changing Course. Ten Years of Tracking Online Education in the United States. Pearson : Babson Survey Research Group, 2013. 42 p.
 14. Кузьминов Я. И., Фрумин И. Д. Онлайн-обучение: как оно меняет структуру образования и экономику университета. Открытая дискуссия Я. И. Кузьминов – М. Карной // Вопросы образования. 2015. № 3. С. 8–43.
 15. Софронова А. К., Миронов Э. Ю. Применение онлайн-курсов в дополнительном профессиональном образовании // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. Серия: Педагогика. Психология. Философия. 2018. № 4 (12). С. 71–76.
 16. Powell S., Yuan Li. MOOCs and Open Education: Implications for Higher Education. Bolton : CETIS, 2013. 21 p.
 17. Кейсы российских университетов: сборник. Вып. 2 / сост. К. В. Зиньковский, Е. А. Савеленок. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 446 с.
 18. Коновалова А. Н. Маркетинговый потенциал МООК: оценка и проектирование // Гуманитарная информатика. 2018. № 15. С. 29–40.
 19. Chen Yu, Roldan M. Digital Innovation during COVID-19: Transforming Challenges to Opportunities // Communications of the Association for Information Systems. 2021. No. 48. P. 15–25.
 20. Семенова Т. В., Вилкова К. А., Щеглова И. А. Рынок массовых открытых онлайн-курсов: перспективы для России // Вопросы образования. 2018. № 2. С. 173–197.
 21. Экспертная дискуссия «Цифровая революция в образовании и новые технологии обучения» [Электронный ресурс]. URL: <https://ioe.hse.ru/news/334110622.html> (дата обращения: 08.09.2022).
 22. Воеводина Е. В. Анализ «третьей миссии университетов» в разрезе образовательных рисков цифрового неравенства // Цифровая социология. 2022. Т. 5, № 1. С. 54–63.
 23. Другова Е. А. Передовые технологии, трансформирующие образование: обзор Международной конференции EDCRUNCH Томск 2020 // Университетское управление: практика и анализ. 2020. Т. 24, № 4. С. 146–151.
 24. Маслова Л. А. МООК в классических университетах. Спрос на МООК со стороны молодежи 18–25 лет // Proceedings of the International Conference: eLearning Stakeholders and Researchers Summit 2018 : материалы международной конференции (Москва, 5–6 декабря 2018 г.) / отв. ред. Е. Ю. Кулик. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. С. 22–38.
 25. Уваров А. Ю. Зачем нам эти МУКи // Информатика и образование. 2015. № 9 (268). С. 3–17.
 26. Интернет в России: динамика проникновения. Весна 2017 г. // ФОМ (Фонд «Общественное мнение»). 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/SMI-internet/13585> (дата обращения: 05.05.2023).
 27. Как сделать образование двигателем социально-экономического развития? / под ред. Я. И. Кузьминова, И. Д. Фрумина, П. С. Сорокина. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. 288 с.
 28. T.I.M.E. Association. International Student Mobility Report 2021 [Электронный ресурс]. URL: https://timeassociation.org/wp-content/uploads/2021/10/TIME_Association_International_Mobility_Report.pdf (дата обращения: 13.05.2023).
 29. Гохберг Л. М., Озерова О. К., Саутина Е. В. Образование в цифрах: 2021 : краткий статистический сборник. Москва : НИУ ВШЭ, 2021. 132 с.
 30. Елинская Я. А., Горин С. Г. «Национальная платформа открытого образования»: роль, место и проблемы субъектов системы дополнительного образования // Народное образование. 2016. № 2–3 (1455). С. 30–33.
 31. Национальная платформа открытого образования как новый элемент высшего образования в России // Комитет по науке и высшей школе Администрации Санкт-Петербурга. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_science/news/189296/ (дата обращения: 08.02.2023).
 32. Третьяков В. С., Ларионова В. А. Открытое образование как стратегическое направление развития университета // Университетское управление: практика и анализ. 2016. № 2 (102). С. 51–60.
 33. Индикаторы образования: 2022 : статистический сборник / Н. В. Бондаренко, Л. М. Гохберг, О. А. Зорина и др. М.: НИУ ВШЭ, 2022. 532 с.
 34. Dawadi S., Shrestha S., Giri R. A. Mixed-Methods Research: A Discussion on its Types, Challenges, and Criticisms // Journal of Practical Studies in Education. 2021. Vol. 2, no. 2. P. 25–36.
 35. Мамуров Б. Ж., Абдуллаев Ж. Ж. Регрессионный анализ как средство изучения зависимости между переменными // European Science. 2021. № 2 (58). С. 7–10.
 36. Учебный словарь терминов по экономике и менеджменту / авт.-сост. И. Е. Козырская. Иркутск : Изд-во БГУ, 2017. 334 с.
 37. Schreier M. Qualitative Content Analysis in Practice. London : Sage Publications, 2012. 283 p.
 38. Joshi A., Kale S., Chandel S., Pal D. K. Likert Scale: Explored and Explained // British Journal of Applied Science & Technology. 2015. Vol. 7, no. 4. P. 396–403.

References

1. Bugaychuk K. L. Massovye otkrytye distantsionnye kursy: istoriya, tipologiya, perspektivy [Massive Open Distance Courses: History, Typology, Perspectives]. *Vyshee obrazovanie v Rossii*, 2013, no. 3, pp. 148–155. (In Russ.).
2. Naert F. MOOCs, SPOCs, DOCCs and Other Bugs. *Position Papers for European Cooperation on MOOCs*, EADTU, 2015, pp. 64–74. (In Eng.).
3. Jansen D., Konings L. MOOC Strategies of European Institutions. The Netherlands: EADTU, 2017. 71 p. (In Eng.).
4. Rodriguez O. The Concept of Openness behind c and x-MOOCs (Massive Open Online Courses). *Open Praxis*, 2013, vol. 5, no. 1, pp. 67–73. (In Eng.).
5. The Decade of MOOCs: A Review of MOOC Stats and Trends in 2021, available at: <https://www.classcentral.com/report/moocs-stats-and-trends-2021/> (accessed 12.05.2023). (In Eng.).

6. Bozkurt A. Research Trends in Massive Open Online Course (MOOC) Theses and Dissertations: Surfing the Tsunami Wave. *Open Praxis*, 2016, vol. 8, no. 3, pp. 203–221. (In Eng.).
7. Global Education Monitoring Report 2020: Inclusion and Education: All Means All, available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000373718> (accessed 12.05.2023). (In Eng.).
8. Shah D. Online Degrees Slowdown: A Review of MOOC Stats and Trends in 2019, available at: <https://www.class-central.com/report/moocs-stats-and-trends-2019/> (accessed 20.05.2023). (In Eng.).
9. Kukulska-Hulme A., Beirne E., Conole G. et al. *Innovating Pedagogy 2020: Open University Innovation Report 8*. Milton Keynes: The Open University, 2020. 48 p. (In Eng.).
10. Williamson B. Digital Education Governance: Data Visualization, Predictive Analytics, and ‘Real-Time’ Policy Instruments. *Journal of Education Policy*, 2016, vol. 31, no. 2, pp. 123–141. (In Eng.).
11. Gaebel M. MOOCs: Massive Open Online Courses. Geneva: EUA, 2014. 217 p. (In Eng.).
12. Howarth J. Massive Open Online Courses and Consumer Goals. *International Journal of Consumer Studies*, 2022, vol. 46, no. 3, pp. 994–1015. (In Eng.).
13. Allen I. E., Seaman J. *Changing Course. Ten Years of Tracking Online Education in the United States*. Pearson: Babson Survey Research Group, 2013. 42 p. (In Eng.).
14. Kuzminov Ya. I., Frumin I. D. Onlain-obuchenie: kak ono menyaet strukturu obrazovaniya i ekonomiku universiteta. Otkrytaya diskussiya Ya. I. Kuzminov – M. Karnoi [Online Learning: How It Affects the University Structure and Economics Yaroslav Kuzminov – Martin Carnoy Panel Discussion]. *Voprosy obrazovaniya*, 2015, no. 3, pp. 8–43. (In Russ.).
15. Sofronova A. K., Mironov E. Yu. *Primenenie onlain-kursov v dopolnitel'nom professional'nom obrazovanii* [Application of Online Courses in Additional Professional Education]. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M. K. Ammosova. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Filosofiya*, 2018, no. 4 (12), pp. 71–76. (In Russ.).
16. Powell S., Yuan Li. MOOCs and Open Education: Implications for Higher Education. Bolton: CETIS, 2013. 21 p. (In Eng.).
17. Zinkovsky K. V., Savelenok E. A. (Eds.). *Keisy rossiskikh universitetov* [Case Studies of Russian Universities], iss. 2, Ekaterinburg, Ural University Press, 2018, 446 p. (In Russ.).
18. Konovalova A. N. Marketingovy potentsial MOOK: otsenka i proektirovanie [Marketing Potential of the MOOC: Assessment and Projection]. *Gumanitarnaya informatika*, 2018, no. 15, pp. 29–40. (In Russ.).
19. Chen Yu, Roldan M. Digital Innovation during COVID-19: Transforming Challenges to Opportunities. *Communications of the Association for Information Systems*, 2021, no. 48, pp. 15–25. (In Eng.).
20. Semenova T. V., Vilkova K. A., Shcheglova I. A. Rynok massovykh otkrytykh onlain-kursov: perspektivy dlya Rossii [The MOOC Market: Prospects for Russia]. *Voprosy obrazovaniya*, 2018, no. 2, pp. 173–197. (In Russ.).
21. Ekspertnaya diskussiya «Tsifrovaya revolyutsiya v obrazovanii i novye tekhnologii obucheniya» [Expert Discussion “Digital Revolution in Education and New Learning Technologies”], available at: <https://ioe.hse.ru/news/334110622.html> (accessed 08.09.2022). (In Russ.).
22. Voevodina E. V. Analiz «tret'ei missii universitetov» v razreze obrazovatel'nykh riskov tsifrovogo neravenstva [Analysis of the “Third Mission of Universities” in the Aspect of Educational Risks of Digital Inequality]. *Tsifrovaya sotsiologiya*, 2022, vol. 5, no. 1, pp. 54–63. (In Russ.).
23. Drugova E. A. Peredovye tekhnologii, transformiruyushchie obrazovanie: obzor Mezhdunarodnoi konferentsii EDCRUNCH Tomsk 2020 [Advanced Technologies Transforming Modern Education: Review of the Conference EDCRUNCH Tomsk 2020]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, 2020, vol. 24, no. 4, pp. 146–151. (In Russ.).
24. Maslova L. A. MOOK v klassicheskikh universitetakh. Spros na MOOK so storony molodezhi 18–25 let [MOOCs in Classical Universities. Demand for MOOCs from Youth 18–25 Years Old]. In: E. Yu. Kulik (Ed.), *Proceedings of the International Conference: eLearning Stakeholders and Researchers Summit 2018*, Moscow, 2018, pp. 22–38. (In Russ.).
25. Uvarov A. Yu. Zachem nam eti MUKi [Why Should We Suffer from the MOOCs]. *Informatika i obrazovanie*, 2015, no. 9 (268), pp. 3–17. (In Russ.).
26. Internet v Rossii: dinamika proniknoveniya. Vesna 2017 g. [Internet in Russia: Penetration Dynamics. Spring 2017], available at: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13585> (accessed 05.05.2023). (In Russ.).
27. Kuzminov Ya. I., Frumin I. D., Sorokin P. S. (Eds.). *Kak sdelat' obrazovanie dvigatelem sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya?* [How to Make Education the Engine of Social and Economic Development?], Moscow, Higher School of Economics, 2019, 288 p. (In Russ.).
28. T.I.M.E. Association. *International Student Mobility Report 2021*, available at: https://timeassociation.org/wp-content/uploads/2021/10/TIME_Association_International_Mobility_Report.pdf (accessed 13.05.2023). (In Eng.).
29. Gokhberg L. M., Ozerova O. K., Sautina E. V. *Obrazovanie v tsifrakh: 2021* [Education in Numbers: 2021], Moscow, Higher School of Economics, 2021, 132 p. (In Russ.).
30. Elinskaya Ya. A., Gorin S. G. «Natsional'naya platforma otkrytogo obrazovaniya»: rol', mesto i problemy sub'ektov sistemy dopolnitel'nogo obrazovaniya [The National Platform of Open Education: The Role, Place and Problems of Subjects of Additional Education]. *Narodnoe obrazovanie*, 2016, no. 2–3 (1455), pp. 30–33. (In Russ.).
31. Natsional'naya platforma otkrytogo obrazovaniya kak novyi element vysshego obrazovaniya v Rossii [National Platform of Open Education as a New Element of Higher Education in Russia], available at: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_science/news/189296/ (accessed 08.02.2023). (In Russ.).
32. Tretyakov V. S., Larionova V. A. Otkrytoe obrazovanie kak strategicheskoe napravlenie razvitiya universiteta [Open Education as a University Development Strategic Direction]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, 2016, no. 2 (102), pp. 51–60. (In Russ.).
33. Bondarenko N. V., Gokhberg L. M., Zorina O. A. et al. *Indikatory obrazovaniya: 2022* [Education Indicators: 2022], Moscow, Higher School of Economics, 2022, 532 p. (In Russ.).
34. Dawadi S., Shrestha S., Giri R. A. Mixed-Methods Research: A Discussion on its Types, Challenges, and

Criticisms. *Journal of Practical Studies in Education*, 2021, vol. 2, no. 2, pp. 25–36. (In Eng.).

35. Mamurov B. Zh., Abdullaev Zh. Zh. Regressionnyi analiz kak sredstvo izucheniya zavisimosti mezhdru peremennymi [Regression Analysis as a Means of Studying the Dependence between Variables]. *European Science*, 2021, no. 2 (58), pp. 7–9. (In Russ.).

36. Kozyrskaya I. E. Uchebnyi slovar' terminov po

ekonomike i menedzhmentu [Educational Glossary of Terms in Economics and Management], Irkutsk, Baikal State University Press, 2017, 334 p. (In Russ.).

37. Schreier M. Qualitative Content Analysis in Practice. London: Sage Publications, 2012. 283 p. (In Eng.).

38. Joshi A., Kale S., Chandel S., Pal D. K. Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 2015, vol. 7, no. 4, pp. 396–403. (In Eng.).

Информация об авторах / Information about the authors

Казин Филипп Александрович – кандидат исторических наук, доцент Департамента государственного администрирования, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Санкт-Петербург; fkazin@hse.ru.

Павлова Анна Александровна – магистрант академической программы «Управление образованием», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Санкт-Петербург; aapavlova_16@edu.hse.ru.

Philip A. Kazin – PhD (History), Associate Professor, Department of Public Administration, National Research University Higher School of Economics – St. Petersburg; fkazin@hse.ru.

Anna A. Pavlova – Master's Student, Academic Program “Educational Administration”, National Research University Higher School of Economics – St. Petersburg; aapavlova_16@edu.hse.ru.

