

ОБЩЕСТВЕННОЕ ОБСУЖДЕНИЕ ПРОБЛЕМ ОБРАЗОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Реморенко И. М.
МГПУ, Москва

Статья посвящена исследованию отношения пользователей социальных сетей к проблемам российского образования. Рассматриваются вопросы формирования общественного мнения; анализируются комментарии, оставленные под новостями о российском образовании в социальных сетях, на основе открытых данных сравниваются характеристики и позиции пользователей разных социальных сетей.

Ключевые слова: образование, общественное мнение, общественное обсуждение, социальные сети, образовательная политика.

PUBLIC DISCUSSIONS ON EDUCATION ISSUES IN SOCIAL NETWORKS

Remorenko I. M.
MCTTU, Moscow

The article is devoted to the study of the relationship of social network users to the problems of russian education. The formation of public opinion is discussed and the Internet users' comments are also discussed left under the news about russian education in social networks, based on the open data compares of users' characteristics and attitudes in the social networks.

Keywords: education, public opinion, public discussion, social networking, educational policy.

Введение

Отношение общества к инновационным процессам в образовании является важным фактором, определяющим успех модернизации системы образования. Во всем мире отмечается изменение отношения разных групп населения к образованию (которое рассматривается как ресурс и как одна из основных ценностей). Общественное обсуждение проблем развития образования способствует осмыслению разных позиций и точек зрения, выявлению ключевых вопросов государственной образовательной политики [3].

При общественном обсуждении проблем образования проявляются определенные «мифы», существующие в общественном сознании относительно инновационных процессов в обществе и в образовании [5]. Эти искаженные представления о технологиях порождения, продвижения и реализации инноваций могут препятствовать изменениям в образовательной системе.

Любые образовательные инновации вызывают широкий общественный резонанс, поэтому изучение общественного мнения по

проблемам образования имеет важное значение для принятия управленческих решений.

Общественное мнение как состояние общественного сознания выражает отношение различных групп общества к окружающему миру. В контексте проблем образования – это отношение к институтам управления, нормативным актам, событиям и процессам, субъектам в сфере образования. С точки зрения функций феномен общественного мнения можно рассматривать в трех аспектах:

- осуществление контроля действий различных субъектов в сфере образования;
- выражение отношения к определенным проблемам в сфере образования;
- рассмотрение вариантов решения проблем общества, в частности в области образования.

Все эти функции могут быть выполнены только в том случае, если общественное мнение услышано представителями власти, если есть среда для выражения и высказывания мнений. Такой средой наряду со средствами массовой информации становятся современные компьютерные технологии и Интернет – форумы, порталы, блоги и т.п. [4]. К подобным средствам виртуального общения относятся

и социальные сети, предоставляющие пользователям пространство для общественного обсуждения любых проблем.

Обсуждение в социальных сетях привлекательно для многих участников тем, что виртуальная среда расширяет круг возможных собеседников, позволяет высказывать свою точку зрения в свободной форме, найти единомышленников. В отличие от традиционных СМИ для общения в социальных сетях характерны диалогичность, оперативность реагирования на реплики собеседников, возможность сочетания различного типа информации (текстов, видео, музыкальных записей, фотографий и пр.). В этой связи исследование мнений наиболее активных представителей общественности, ориентированных на современные информационные технологии и выступающих с комментариями в социальных сетях, позволяет определить особенности отношения разных групп населения к изменениям в российском образовании.

С учетом этого целью проведенного исследования стало изучение результатов общественного обсуждения в социальных сетях ряда актуальных проблем современного российского образования в соотношении с особенностями социальной среды, в которой происходило обсуждение, и социальной активности русско- и англоязычного секторов сети.

Процедура и выборка исследования

В статье представлены результаты социологического исследования, проводившегося в 2015 г., основанные на контент-анализе комментариев в социальных сетях, таких как Facebook (англоязычный и русскоязычный сегмент) и «ВКонтакте» (русскоязычный сегмент). Деление на англоязычный и русскоязычные сегменты в социальной сети Facebook производилось в зависимости от языка высказываний участников. Анализировались комментарии, оставленные под новостями о российском образовании и предлагаемых и применяемых законах. Всего изучалось по 10 публикаций в каждой из описанных выше социальных сетей и соответствующие комментарии к ним (анализу подвергались те публикации, аналогичные копии которых были опубликованы в двух социальных сетях на русском и английском языках). Ниже при-

веден ряд некоторых наиболее резонансных публикаций:

- «Изучение второго иностранного языка в российских школах с 1 сентября становится обязательным»;
- «Правительство России утвердило федеральную целевую программу развития образования на 2016–2020 гг.»;
- «Министерство образования и науки России поддерживает возвращение школьной формы»;
- «Министерство образования и науки разрабатывает единую для всех учебных заведений России форму промежуточной аттестации учащихся – аналог ЕГЭ»;
- «Глава Министерства образования и науки Дмитрий Ливанов подписал приказ, согласно которому школьники смогут получить профессию, не имея аттестата»;
- «Дмитрий Ливанов: нормы ГТО введут во всех школах России с 2016 г.»;
- «Об укрупнении образовательных учреждений»;
- «Участие общественности в образовательной политике».

Исследование комментариев в социальных сетях позволяет выявить некоторые факторы и механизмы формирования общественного мнения в современном мире информационных технологий.

Для исследования были отобраны мнения до 900 самых активных комментаторов в каждой из трех изучаемых групп («ВКонтакте», «русскоязычный» Facebook и «англоязычный» Facebook). Были составлены «портреты» комментаторов на основании следующих критериев, полученных из их профилей в социальных сетях: пол, возраст, страна (регион, город), образование (очное/заочное); профессия, политические взгляды, конфессиональные предпочтения, сфера интересов/хобби.

Были получены «портреты» 232 респондентов из социальной сети «ВКонтакте», 197 русскоговорящих респондентов и 139 англоговорящих респондентов (не проживающих на территории России и стран СНГ) из социальной сети Facebook. Таким образом, было отобрано 568 человек (с полностью заполненным профилем в социальных сетях), из них 142 – женского пола и 426 – мужского.

Возраст комментаторов составил от 16 до 68 лет. Средний возраст для каждой из групп: «ВКонтакте» – 25 лет; «русскоязыч-

Таблица 1

**Распределение комментирующих
по разным регионам Российской Федерации, %**

Регион	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook
Москва	0,4	21,2
Московская область	5,7	11,1
Санкт-Петербург	0,6	32,9
Ленинградская область	2,3	3,3
Центральный федеральный округ	8,9	4,0
Крымский федеральный округ	23,7	10,7
Южный федеральный округ	6,1	2,1
Дальневосточный федеральный округ	8,3	3,5
Сибирский федеральный округ	9,2	3,4
Уральский федеральный округ	9,4	1,1
Приволжский федеральный округ	11,3	1,8
Северо-Кавказский федеральный округ	14,1	4,9

ный» Facebook – 44 года; «англоязычный» Facebook – 27 лет.

Согласно месту проживания комментаторов были выделены следующие подгруппы: 1) «ВКонтакте»: 85% – Россия, 13% – СНГ, 2% – другие страны; 2) «русскоязычный» Facebook: 57% – Россия, 33% – СНГ, 10% – другие страны; 3) «англоязычный» Facebook: 37% – США, 24% – страны Латинской Америки, 16% – Великобритания, 23% – комментаторы из других стран, таких как Австралия и страны Евросоюза, оставшиеся 10% англоязычных комментариев оставляют люди из России и стран СНГ. Подробные данные о проживании комментирующих по регионам России представлено в табл. 1.

Самую большую долю (32,9%) комментирующих в социальной сети Facebook (русскоязычная аудитория) составляют представители Санкт-Петербурга, далее следуют представители Москвы (21,2%). В социальной сети «ВКонтакте» наиболее активны представители Крымского федерального округа – 23,7% и Северо-Кавказского федерального округа – 14,1%. Самая слабая активность комментирующих в социальной сети «ВКонтакте» у представителей Москвы (0,4%) и Санкт-Петербурга (0,6%). Подобная структура комментирующих отражает предпочтения пользователей разных

регионов в выборе социальных сетей. «Русскоязычный» Facebook более популярен в регионах, для которых характерна высокая доля экономически активного населения. Высокая активность представителей Крымского федерального округа в обеих сетях объясняется повышенным интересом населения региона к российским законам, в частности, в сфере образования.

При изучении общественного мнения по проблемам образования особое внимание заслуживает анализ уровня образования комментаторов (табл. 2).

Результаты исследования показывают, что образование респондентов, комментирующих новости в изучаемых социальных сетях, существенно различается: в сети «ВКонтакте» основная доля комментирующих – люди с неоконченным средним (20,9%) и средним специальным образованием (33,1%), а комментирующие кандидаты и доктора наук вообще отсутствуют. В сети «ВКонтакте» комментирующие с высшим образованием – это в основном бакалавры, а в сети Facebook (русскоязычная аудитория) – магистры и специалисты. В «русском» Facebook большинство респондентов – люди с высшим образованием, при этом 23,3% – кандидаты наук, 10,1% – доктора наук. В «англоязычном» Facebook большин-

Таблица 2

**Уровень образования пользователей, комментирующих новости
об образовании в социальных сетях, %**

Образование/ученая степень	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Неоконченное среднее образование	20,9	0,1	22,3
Среднее образование	5,0	0,9	41,0
Среднее (специальное) образование	33,1	12,4	–
Высшее (заочное) образование: бакалавр	19,7	11,1	–
Высшее (заочное) образование: магистр/ специалист	4,3	3,1	–
Высшее (очное) образование: бакалавр	11,4	14,0	24,4
Высшее (очное) образование: магистр/ специалист	5,6	25,0	12,3
Кандидат наук	0,0	23,3	1,0
Доктор наук	0,0	10,1	0,0

Таблица 3

**Профессии людей, комментирующих новости
об образовании в социальных сетях, %**

Профессия/род занятий	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Учитель	3,2	14,0	1,0
Преподаватель вуза	0,0	25,0	10,0
Учащийся школы	14,0	1,0	1,1
Студент колледжа	12,3	2,0	0,0
Студент вуза	14,4	15,0	10,0
IT-сфера	4,9	3,2	9,0
Гуманитарные профессии	9,4	9,2	11,0
Технические профессии	5,6	2,6	8,0
Спортивные профессии	6,3	2,8	6,0
Юридические профессии	4,7	3,6	4,3
Медицинские профессии	6,3	5,2	6,3
Творческие профессии	7,1	7,3	7,2
Транспортные профессии	3,5	3,1	6,3
Экономические профессии	2,3	2,2	8,2
Военные профессии	2,5	2,1	5,3
Сельско-хозяйственные профессии	3,5	1,7	6,3
Другие профессии	3,6	1,3	9,2

Таблица 4

**Политические взгляды людей, комментирующих новости
об образовании в социальных сетях, %**

Политические взгляды	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Индифферентные	3,2	5,9	6,4
Коммунистические	19,1	10,1	0,4
Социалистические	15,7	17,1	3,0
Умеренные	10,1	5,9	10,6
Либеральные	5,6	25,6	30,3
Консервативные	16,1	12,1	29,1
Монархические	14,4	5,1	2,0
Ультраконсервативные	7,1	5,1	2,0
Ультрالیберальные (либертарианские)	6,9	8,7	15,4
Другие	1,8	4,4	0,8

ство комментирующих (41,0%) имеют среднее образование. Данные об образовании согласуются с данными о возрасте пользователей социальных сетей, комментирующих вопросы образования. Можно заключить, что большинство комментирующих в социальных сетях «ВКонтакте» и «англоязычном» Facebook составляют школьники и студенты, а в «русском» Facebook – люди с образованием и профессиональным опытом.

Профессии респондентов для большей наглядности были сгруппированы в несколько категорий (табл. 3).

Самая большая доля комментирующих новости об образовании (25,0%) – преподаватели вузов в социальной сети Facebook (русскоязычная аудитория), кроме того, в этой сети активность проявляют студенты вузов (15,0%) и учителя (14,0%). Студенты вузов в целом являются самой активной аудиторией во всех сетях. В социальной сети «ВКонтакте» по сравнению с другими сетями чаще всего высказывают мнения учащиеся школ (14,0%). Преподаватели вузов свое мнение в социальной сети «ВКонтакте» вообще не высказывают. Англоязычная аудитория социальной сети Facebook включает в себя в равной степени преподавателей вузов (10,0%) и студентов вузов (10,0%), в ней также в большей степени, чем в русскоязычных сетях, высказывают свое мнение представители разных профессий. При сравнении активности в указанных сетях отмечается более высокая активность представи-

телей гуманитарных и творческих профессий, чем, например, технических, юридических, транспортных. Можно сделать вывод, что аудитория, обсуждающая в социальных сетях проблемы образования, в основном имеет отношение к сфере образования, гуманитарным и творческим профессиям.

Описывая политические взгляды респондентов, необходимо учитывать тот факт, что социальная сеть «ВКонтакте» ограничивает возможности выбора политических предпочтений числом вариантов до 10. В связи с этим полученные данные были сгруппированы по 10 категориям (табл. 4).

Исследование продемонстрировало большой разброс политических взглядов пользователей социальных сетей. В каждой сети представлены практически все выделенные политические предпочтения. При этом в социальной сети «ВКонтакте» больше всех проблемами образования интересуются представители коммунистических (19,1%), консервативных (16,1%) и социалистических (15,7%) взглядов; в сети Facebook (русскоязычная версия) – либеральных (25,6%) и социалистических (17,1%) взглядов; в сети Facebook (англоязычная версия) – либеральных (20,3%) и консервативных (29,1%) взглядов. В целом пользователи сети «ВКонтакте» в большей степени относятся к левой части политического спектра, при том что среди них много представителей монархических и консервативных тенденций; пользователи

**Особенности конфессиональной принадлежности лиц,
комментирующих проблемы образования в социальных сетях, %**

Конфессиональная принадлежность	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Православие	70,0	40,5	0,4
Католицизм	0,0	2,1	12,1
Протестантизм	1,0	3,5	33,1
Иудаизм	0	10	12
Ислам	12,0	4,5	10,1
Буддизм	0,0	0,3	0,6
Конфуцианство	0,0	0,0	2,7
Индуизм	0,0	0,0	3,2
Атеизм	10,0	31,7	22,1
Другое	7,0	7,4	3,7

«англоязычного» Facebook – к правой части политического спектра, а пользователи «русского» Facebook более склонны к центристским позициям. Таким образом, несмотря на то что политические взгляды пользователей разных сетей различаются, они активно участвуют в обсуждении проблем образования, составляющих интерес для представителей всех политических ориентаций. Политические взгляды комментирующих получают непосредственное отражение в содержании их комментариев и в характере критики.

Анализ ответов о конфессиональной принадлежности, отражающих мировоззрение респондентов, проводился в соответствии с вариантами, выделенными в сети «ВКонтакте».

Согласно выбору респондентов, 70% комментирующих в социальной сети «ВКонтакте» относят себя к православию, 12,0% – к исламу, 5,0% считают себя атеистами (табл. 5). Среди комментирующих в социальной сети Facebook (русскоязычная аудитория) доля выбравших православие и ислам значительно меньше за счет выбравших атеизм (31,7%); в «англоязычном» Facebook преобладают пользователи, выбравшие протестантизм (33,3%) и атеизм (22,1%). Сравнительный анализ показывает, что различия в выборе вероисповедания во многом обусловлены местом проживания, профессией и возрастом респондентов. Пользователи сети Facebook (русскоязычной аудитории) – люди с более

устойчивыми взглядами, сформировавшимся мировоззрением; более молодые пользователи сетей «ВКонтакте» и «англоязычном» Facebook скорее отражают стереотипы своего окружения, чем собственную мировоззренческую позицию.

Описание сферы интересов респондентов основывалось на данных о частоте посещения групп и сообществ в социальных сетях, на основании переноса избранных публикаций на страницу пользователя сети и отметок пользователем понравившегося материала в сети Интернет. Результаты анализа сферы интересов комментирующих новости в социальной сети представлены в табл. 6.

Можно сделать вывод о наличии выраженных различий между исследуемыми группами. Аудитория «ВКонтакте» подобна англоязычной аудитории Facebook. Ведущее место в сфере их интересов занимает «Юмор» (14,6% у комментирующих в социальной сети «ВКонтакте» и 13,7% у комментирующих в «англоязычном» Facebook), «Эротика» (13,1% в социальной сети «ВКонтакте» и 11,3% в «англоязычном» Facebook) и «Отношения и секс» (11,5 и 12,1% соответственно). Также для них характерно увлечение компьютерными играми и сериалами. Проблемы науки, литературы искусства и самообразования интересуют их в наименьшей степени (0,1–0,2 %). В противополо-

Таблица 6

**Сфера интересов и/или хобби людей, комментирующих новости
об образовании в социальных сетях, %**

Сфера интересов	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Бизнес	7,5	15,4	3,2
Животные	3,1	4,8	6,3
Здоровье и медицина	0,4	6,0	2,1
Информационные технологии	3,0	1,8	1,2
Искусство	0,1	4,8	0,2
Кино	3,4	4,9	2,2
Комиксы	0,6	0,1	3,2
Компьютерные игры	6,4	0,2	7,4
Кулинария	3,5	0,1	0,2
Литература	0,2	7,7	0,1
Музыка	4,2	0,5	3,3
Наука	0,1	16,1	0,2
Отношения и секс	11,5	2,0	12,1
Охота и рыбалка	3,0	0,1	0,7
Психология	2,0	5,6	1,9
Путешествия	1,1	0,4	0,7
Самообразование	0,2	4,7	0,1
Сериалы	7,1	0,1	6,3
Спорт	3,1	0,0	2,2
Технические новинки	4,1	15,0	5,1
Фотография	2,3	5,0	4,1
Шопинг	4,3	0,3	9,1
Экстрим	1,1	0,1	3,1
Эротика	13,1	0,9	11,3
Юмор	14,6	3,4	13,7

ложность эти двум группам, русскоязычная аудитория сети Facebook в наибольшей степени интересуется наукой (16,1%), бизнесом (15,4%), техническими новинками (15,0%), литературой (7,7%). Таким образом, подтверждаются различия, связанные с возрастом, образованием и профессиональным статусом групп, комментирующих вопросы образования в социальных сетях. «Портреты» пользователей существенно различаются между собой, и эти различия необходимо учитывать при рассмотрении их мотивации и анализе содержания комментариев в социальных сетях.

**Мотивация и содержание комментариев
к проблемам образования
в социальных сетях**

Анализ комментариев (высказываний) в социальных сетях позволил выделить мотивы у исследуемых групп, представленные в табл. 7. Как видно из приведенных данных, мотивы комментирования проблем образования у пользователей в русскоязычных и в англоязычных сетях существенно различаются. Для большинства пользователей английского сегмента сети Facebook ведущим мотивом выступают общение, коммуникация, а за-

**Особенности мотивов комментирования
проблем образования в социальных сетях, %**

Мотив	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Аффилиация	3,0	0,4	5,6
Власть и доминанция	13,3	6,0	3,4
Идентификация	14,6	8,2	8,3
Общение (коммуникативный мотив)	13,7	20,0	33,6
Просоциальные общественно значимые мотивы	18,9	27,0	1,0
Познание	2,0	1,4	24,8
Самореализация и развитие личности	5,7	10,0	16,5
Самоутверждение	13,0	23,0	3,8
Немотивированная (бессистемная) критика и оскорбления (в том числе «троллинг»)	15,8	4,0	3,0

тем познание. Это связано в первую очередь с тем, что проблемы российского образования не являются для них жизненно важными и насущными, представляют скорее познавательный интерес. Для пользователей сетей «ВКонтакте» и «русскоязычного» Facebook ведущими мотивами комментариев являются просоциальные мотивы, признание общественной значимости проблемы образования для страны. Более взрослая и образованная аудитория русскоязычной сети Facebook в наибольшей степени руководствуется общественными мотивами (27,0%) – для сравнения: 18,9% в сети «ВКонтакте». В качестве второго по значимости мотива для комментирующих в «русскоязычном» Facebook отмечается мотив самоутверждения, далее – мотив общения. Для более молодых пользователей сети «ВКонтакте» важными являются мотив идентификации, позволяющий отнести себя к определенной социальной общности (14,6%), и мотив власти (13,3%), который слабо выражен у представителей других групп, настроенных более либерально. Обращает на себя внимание значительная доля (15,8%) комментирующих в сети «ВКонтакте», выступающих с немотивированной критикой и оскорблениями.

Такое агрессивное поведение характерно только для 4% комментирующих в «русскоязычном» Facebook и для 3% комментирующих в «англоязычном» Facebook. Можно предпо-

ложить, что такие негативные проявления связаны с высокой значимостью проблем образования для этой группы респондентов – с одной стороны, и с недостаточным уровнем образования и отсутствием знаний в этой области – с другой.

Проведенное исследование включало изучение профессионального состава лиц, оставляющих критические комментарии в социальных сетях. Полученные данные приведены в табл. 8.

Полученные в ходе исследования данные свидетельствуют о том, что критические комментарии оставляют в основном представители следующих профессиональных групп: в социальной сети Facebook (русскоязычная аудитория) – учителя (23,8%), преподаватели вузов (43,4%), студенты вузов (14,5%), студенты колледжей (13,3%); в социальной сети Facebook (англоязычная аудитория) – преподаватели вузов (21,0%), студенты вузов (32,2%). Русскоязычная аудитория в социальной сети «ВКонтакте» значительно отличается от двух других исследованных групп: здесь студенты колледжей составляют 22,4%, студенты вузов – 23,0%, учителя – всего 1,7%, а преподаватели вузов вообще не оставляют критических замечаний в этой сети. Таким образом, распределение критических замечаний в социальных сетях в соответствии с профессиями комментирующих соответствует про-

Таблица 8

**Критические комментарии, оставляемые в социальных сетях
представителями разных профессий, %**

Профессия	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Учитель	1,7	23,8	5,9
Преподаватель вуза	0,0	43,4	21,0
Учащийся школы	4,0	0,2	0,1
Студент колледжа	22,4	13,3	0,2
Студент вуза	23,0	14,5	32,2
IT-сфера	0,6	0,1	6,6
Гуманитарные профессии	2,0	0,2	3,4
Технические профессии	1,0	0,7	5,3
Спортивные профессии	0,4	0,1	0,1
Юридические профессии	2,0	0,2	3,4
Медицинские профессии	1,0	0,4	3,5
Творческие профессии	1,0	0,1	1,3
Транспортные профессии	3,2	0,1	0,8
Экономические профессии	2,4	0,0	0,7
Военные профессии	0,0	0,0	0,3
Сельско - хозяйственные профессии	0,3	0,5	0,2
Другие профессии	35,0	2,4	15,0

Таблица 9

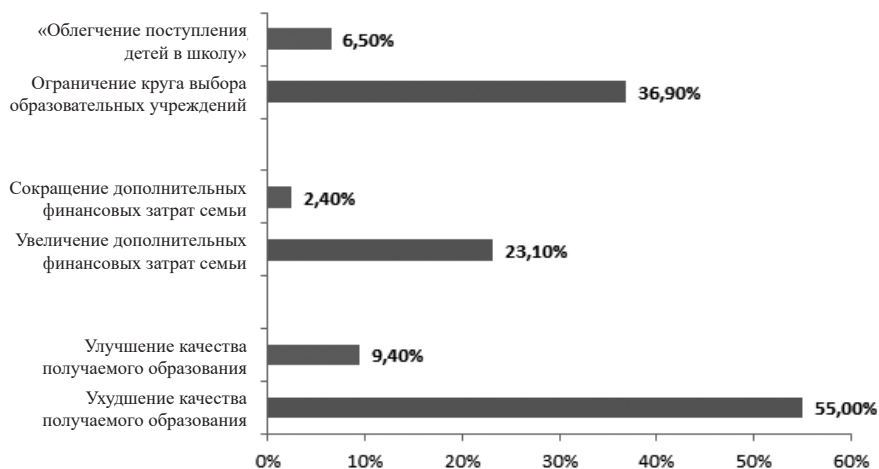
Направление критики в социальных сетях, %

Предмет критики	«ВКонтакте»	«Русскоязычный» Facebook	«Англоязычный» Facebook
Власть	15,1	29,8	43,0
Внешние политические силы	15,0	24,6	3,0
Личность и внешний вид собеседников	5,4	0,2	1,4
Мнение собеседников	13,1	0,1	12,0
Образование как социальный институт	15,3	20,3	3,6
Орфография и пунктуация собеседников	3,5	0,4	0,0
Подростающее поколение	2,3	0,2	5,0
Современное состояние страны и образования («раньше было лучше»)	19,3	2,3	0,0
Критика экономической ситуации	11,0	22,1	32,0

фессиональной структуре пользователей этих социальных сетей.

Критика проблем образования в социальных сетях оказалась достаточно разноплановой. В целом, можно выделить следующие ее аспекты, приведенные в табл. 9.

Вектор критики в социальных сетях в основном направлен на критику власти (на первом месте в русскоязычной аудитории социальной сети Facebook – 29,8% комментариев, в англоязычной аудитории Facebook – 43,0% комментариев). В социальной сети «ВКон-



Мнения исследуемых групп относительно позитивных и негативных последствий укрупнения образовательных учреждений, %

такте» критика власти (15,1%) занимает значительное место наряду с критикой образования (15,3%), но на первом месте – критика современного состояния страны и образования («раньше было лучше») – 19,3%. В англоязычной аудитории Facebook такие комментарии вообще отсутствуют. Показательно, что на втором месте в русскоязычной сети Facebook – критика внешних политических сил (24,6%), затем – критика экономической ситуации (22,1%). Критика экономической ситуации характерна также для комментаторов англоязычной сети «Facebook» (32%). Критика мнений собеседников у комментаторов сетей «ВКонтакте» и «англоязычном» Facebook занимает определенную долю комментариев (13,1 и 12,0%), но в «русскоязычном» Facebook составляет только 0,1%. Комментаторам этой сети, более «возрастным» и профессионально опытным, важно не критиковать точку зрения собеседника, а высказать и обосновать свою.

Таким образом, критические комментарии во всех социальных сетях связывают проблемы образования с широким политическим и экономическим контекстом, современной ситуацией в стране. Характер критических комментариев зависит от политических предпочтений комментирующих, но в целом на-

правлен на критику власти и существующей системы управления.

Проведенное исследование мнений, высказываемых пользователями различных социальных сетей относительно проблем развития российского образования, позволяет увидеть разнообразную картину, отражающую точки зрения разных групп общества. Проблемы образования вызывают интерес у лиц разного возраста, различной политической ориентации, разного вероисповедания, социального и профессионального статуса и побуждают их свободно оставлять свои комментарии в социальных сетях. Общим для всех участников исследования было стремление решить проблемы образования как социально значимые для страны и для себя лично, а также понять связи образования с политикой государства в целом. Однако состав пользователей социальных сетей различен, и это необходимо учитывать при организации общественных обсуждений проблем образования.

Отдельно следует прокомментировать решение об укрупнении образовательных учреждений, которое вызвало широкий общественный резонанс. В ходе исследования¹ рассматривался вопрос о том, каковы будут основные последствия укрупнения образо-

¹ Исследование проведено в рамках гранта № Г-29-1/14 от 31 июля 2014 г. «Изучение особенностей отношения педагогов российских школ к своей профессиональной деятельности и современному образованию» с использованием средств государственной поддержки, выделенных в качестве гранта в соответствии с распоряжением президента Российской Федерации от 17.01.2014 № 11-рп и на основании конкурса, проведенного Фондом ИСЭПИ. Результаты данного исследования были размещены на сайте www.socioedu.ru Института социологии образования РАО.

вательных учреждений. По мнению каждого десятого (9,4%), укрупнение образовательных учреждений «никак не отразится на образовательном процессе». Почти каждый второй (40,2%) полагает, что подобная стратегия приведет к «сокращению штата сотрудников образовательных учреждений». Понятно, что подобные изменения могут повлечь за собой не только интенсификацию преподавательского труда, но и привести к дефициту специалистов различных профилей. На наш взгляд, весьма показательны и распределение ответов, связанных с позитивными и негативными ожиданиями исследуемых групп от реализации стратегии по укрупнению образовательных учреждений (см. рисунок).

Отношение опрошенных педагогов к исследуемой проблеме в целом достаточно негативное: большинство считает, что нововведения ограничивают круг выбора образовательных учреждений, влекут за собой увеличение дополнительных финансовых затрат семьи и приводят в итоге к ухудшению качества получаемого образования.

Следует подчеркнуть, что по ряду отмеченных факторов мнения исследуемых групп существенно различаются. Так, начинающие учителя (со стажем до трех лет) значительно чаще по сравнению со своими коллегами со стажем более 20 лет указывают на «участие общественности и родителей в образовательном процессе» (соответственно 54,9 и 39,4% респондентов).

В последнее время проблемам отношения общественности к изменениям в сфере образования в дискурсе психологии и социологии управления уделяется большое внимание, они становятся предметом теоретических и научно-практических исследований [2], дают основания для организационно-управленческих решений. Все более важной становится роль общественности в решении задач образовательной политики [1, 6, 7].

Заключение

В целом, результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что

формирование общественного мнения о перспективах развития образования определяется рядом социальных факторов, которые необходимо учитывать при реализации современной образовательной политики в России. При этом общественное обсуждение посредством интернет-технологий через социальные сети представляется не только мощным инструментом выражения общественного мнения, но и способом его формирования. В процессе выработки общественного мнения относительно обсуждаемых проблем индивидуальные мнения участников обсуждения подвергаются стереотипизации под влиянием механизмов внушения, эмоционального заражения, что особенно характерно для молодежной и маргинальной среды, не имеющей устойчивых нравственно-ценностных установок и убеждений. К подобной среде в большей степени относится аудитория социальной сети «ВКонтакте». Такая аудитория наиболее подвержена манипулированию, откликается на негативистские комментарии, активно включается в критику собеседников и власти, проявляет словесную агрессию. На этой почве легко формируется «образ врага», создается не общественное, а групповое мнение.

Также можно сделать вывод о том, что на формирование общественного мнения по проблемам образования могут влиять некоторые социально-психологические технологии управления. При этом выбор средств и методов влияния на общественное мнение целесообразно осуществлять с учетом «портрета» пользователя конкретной социальной сети, его восприятия общественно-политической реальности, социальных представлений и ожиданий. Такой значимый для больших групп населения сектор информационного пространства, как социальные сети, не должен оставаться без внимания специалистов в области управления образованием. Необходимо, чтобы представители государственных и общественных органов образования изучали общественное мнение, которое формируется в социальных сетях, и участвовали в дискуссиях и обсуждениях наиболее важных для общества вопросов.

Литература

1. **Буров В. В., Павловец М. Г., Парфенов Р. В., Реморенко И. М.** Введение школьного сочинения: технология мобилизации потенциала общественного обсуждения посредством краудсорсинга // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер.: Педагогика и психология. 2014. № 4 (30). С. 8–21.
2. **Васильев И. А.** Актуальные проблемы российского образования: социологическая мозаика. Яркие эпизоды социологических исследований на образовательном поле России. – LAP LAMBERT Academic Publishing: Saarbrücken, 2014. 199 с.
3. **Волков А. Е., Кузьминов Я. И., Реморенко И. М. и др.** Российское образование – 2020: Модель образования для инновационной экономики // Образовательная политика. 2009. № 1. С. 32.
4. **Григорьев С. Г., Гриншкун В. В., Реморенко И. М.** «Умная аудитория» – шаг на пути к интеграции средств информатизации образования // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Информатизация образования. 2014. № 1. С. 16–26.
5. **Реморенко И. М.** Переход к инновационной экономике: возможности и ограничения для системы образования // Вопросы образования. 2011. № 3. С. 54–73.
6. **Реморенко И. М.** Московский городской педагогический университет и его участие в развитии образовательного законодательства // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Информатизация образования. 2015. № 1. С. 5–9.
7. **Романова Е. С., Абушкин Б. М., Ткаченко А. В.** Родительская общественность в решении образовательной политики // Системная психология и социология. 2014. № 2(10).

References

1. **Burov V. V., Pavlovets M. G., Parfenov R. V., Remorenko I. M.** Introduction to school essays: the technology of mobilization of the potential of public discussion by crowdsourcing // Bulletin of Moscow City Teacher Training University. Line: Pedagogy and Psychology. 2014. № 4 (30). P. 8–21.
2. **Vasilyev I. A.** Actual problems of Russian education: the sociological mosaic. Bright scenes of sociological research on the educational field in Russia. – LAP LAMBERT Academic Publishing: Saarbrücken, 2014. 199 p.
3. **Volkov A. E., Kuzminov J. I., I. Remorenko I. M., e.a.** Russian education – 2020: The model of education for innovative economy // Educational policy. 2009. № 1. P. 32.
4. **Grigoryev S. G., Grinshkun V. V., Remorenko I. M.** «Smart audience» – a step towards integration of Informatization into education // Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Line: Informatization of education. 2014. № 1. P. 16–26.
5. **Remorenko I. M.** Transition to an innovation economy: opportunities and constraints for the education system // Questions of education. 2011. № 3. P. 54–73.
6. **Remorenko I. M.** Moscow City Teacher Training University and its participation in the development of educational legislation // Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Line: Informatization of education. 2015. № 1. P. 5–9.
7. **Romanova E. S., Abushkin B. M., Tkachenko A. V.** Parents' role in the solution of educational policy // Systems psychology and sociology. 2014. № 2(10).