



Интервью с Антоном Львовичем АБРАМОВСКИМ

«У ЧЕЛОВЕКА, ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ДИСТАНЦИОННО, ДОЛЖНА БЫТЬ ВЫСОКАЯ МОТИВАЦИЯ К ЭТОМУ ПРОЦЕССУ»

Абрамовский А. Л. — окончил факультет менеджмента Тюменского государственного нефтегазового университета (2005 г.), кандидат социологических наук (2014 г.), доцент кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета, создатель и руководитель ИМЦ «Абрамовский и Партнеры» (www.abramovsky.ru). Основные области исследования: социология образования, социология коммуникации, информационные технологии в образовании и бизнесе. Интервью состоялось: октябрь 2017 г.

Вот еще одно, уже третье, повторное интервью с представителями VII поколения российских социологов. Мой собеседник — Антон Абрамовский, выпускник факультета менеджмента Тюменского государственного нефтегазового университета (2005 г.), защитивший в 2014 году кандидатскую диссертацию по социологии по теме «Дистанционное образование на современном этапе развития российского высшего образования». Еще в школе он заинтересовался Интернетом и конструированием сайтов и в студенческие годы создал информационно-маркетинговый центр «Абрамовский и Партнеры», основное направление деятельности которого — разработка Интернет-сайтов, реклама в Интернете и продвижение сайтов в поисковых системах. Антон и сейчас продолжает исследовать дистанционное образование и в ближайшем будущем намерен приступить к анализу влияния Интернета на сознание и образ жизни молодежи, ибо видит актуальность и научную значимость данной проблематики.

В 1999-2000 годах я опубликовал в «Петербургском журнале социологии», «Broadcasting» и «Телескопе» (первые два журнала уже не существуют) пять статей о становлении в России Интернета и использовании его в социологии. Такая активность объясняется тем, что, с одной стороны, меня «прорвало», с другой — был задел. Эмигрировав в США в 1994 году, я пять лет был далек от социологии и ничего не публиковал, вместе с тем, в 1998-1999 годах, обучаясь в колледже, я следил за Рунетом и написал по этой теме несколько эссе. Это были одни из первых российских социологических публикаций по интернетовской проблематике. В начале 2000-х в фокусе моих научных интересов оказались онлайн-опросы, и постепенно работа в этом пространстве подтолкнула меня к утверждению о наступлении в обозримом будущем постгэллаповского периода в исследовательской технологии, культуре изучения общественного мнения.

На рубеже веков я знал, что некоторые российские социологи, психологи, аналитики рынка, информатики изучали развитие Интернета в стране и его пользователей. В те годы – до массового распространения Google, до рождения Facebook и других сетей, до широкого использования мобильной телефонной связи и Database – это исследовательское пространство было достаточно узким и можно было проследить, что там делалось. Но уже в начале 2010-х годов все стало стремительно меняться. Сейчас у меня уже нет возможности отслеживать работы российских социологов по различным аспектам IT-тематики и сопряженным вопросам, но если бы эта тема активно разрабатывалась, то, думаю, об этом давно рассказывали бы в интервью мои респонденты. Но этого не было, до тех пор, пока я не начал беседовать с социологами самых молодых – шестого и седьмого – поколений.

Если принять во внимание, что Антон Абрамовский – третий в этом году мой респондент, активно включенный в социологическое освоение IT-пространства, до него были: Лилия Земнухова (http://www.socioprognoz.ru/index.php?page_id=128&ret=206&id=208) и Екатерина Ядова (http://www.socioprognoz.ru/index.php?page_id=128&ret=206&id=213), то можно допустить, что именно на представителей этих когорт ляжет ответственность за проработку теории и методологии анализа поведения человека в IT-среде.

Интересно, создадут ли они хит своей эпохи, подобно тому, как молодые социологи первого поколения создали книгу: «Человек и его работа»?

Абрамовский А. Л. «У человека, обучающегося дистанционно, должна быть высокая мотивация к этому процессу»

Антон, первая часть нашей беседы состоялась в феврале 2015 года, два с половиной года назад. В тот момент Вы защитили кандидатскую диссертацию по социологии по материалам исследования в области социологии образования. Кроме того, в то время Вы почти десять лет преподавали на кафедре «Маркетинга и муниципального управления» Тюменского государственного нефтегазового университета и столько же времени руководили Информационно-маркетинговым центром «Абрамовский и Партнеры». В Ваши планы входило продолжение исследований и практической деятельности в сфере дистанционного обучения, освоение передового опыта российских и зарубежных организаций, работающих в этой глобальной нише науки и современных технологий.

В самом общем плане, что удалось Вам сделать за прошедшее время? Какие изменения в Вашей профессиональной жизни, карьере произошли?

Борис Зусманович, прежде всего хочу сказать, что мне было приятно получить от вас письмо с предложением продолжить интервью и я рад, что благодаря вашим усилиям год от года растет количество опрошенных социологов разных поколений. Этот метод исследования кажется мне интересным, оригинальным и перспективным.

Что касается изменений в моей профессиональной жизни, то я не могу сказать, что она изменилась кардинальным образом, хотя, безусловно, есть определенные позитивные сдвиги и движение к тем целям, которые я описывал в первом интервью. За это время в соавторстве с профессорами М. Л. Белоножкой, В. В. Шалиным мы выпустили две коллективные монографии, которые посвящены проблемам и перспективам развития дистанционного образования в высшей школе. Если же говорить о развитии дистанционного образования в России в целом, то становится очевидным рост его популярности среди наших граждан. Буквально на днях я прочитал статью на сайте roem.ru о том, что известная образовательная платформа Coursera увеличила число платных русскоязычных пользователей на 83%. Количество обучающихся на платной основе выросло за последний год на 83%, что сделало Россию крупнейшим и самым быстрорастущим не англоязычным регионом для Coursera (<https://roem.ru/09-10-2017/260869/coursera-2017-stats/>).

Уже более двух лет я работаю в должности доцента и веду ряд дисциплин, тесно связанных с особенностями применения Интернет-технологий в различных бизнес-сферах. Мне приятно работать со студентами, видеть их интерес к данной тематике, обучать их тем подходам и приемам работы в глобальной сети, которые я использую сам при работе со своими Интернет-проектами. На мой взгляд преподаватели в высшей школе должны иметь практический опыт работы по тем курсам, которые они преподают. К сожалению, такое бывает не всегда, а, следовательно, студенты недополучают ценных практических знаний из личного преподавательского опыта.

Вот так в целом обстоят дела в моей профессиональной жизни, в принципе я ею вполне доволен, но останавливаться на достигнутом не планирую, мне бы хотелось получить ученое звание доцента в ВАК, работаю над этим.

Не могли бы Вы обозначить группы населения России, которые наиболее активны в обращении к дистанционным методам школьного и высшего образования? Дистанционное рассматривается как дополнение к школе, вузу или как самостоятельное? Скажем, в Америке подростки могут дистанционно получить дипломы выпускников high school (полное школьное образование), студенты колледжей стараются комбинировать дистанционные и аудиторные курсы.

В настоящее время в России дистанционное образование я не могу назвать самостоятельной формой, однако оно достаточно востребовано на рынке образовательных услуг. Исторически сложилось так, что одними из первых преподавать дистанционно начали языковые курсы и сейчас это наиболее востребованный сегмент рынка дистанционных образовательных услуг в нашей стране. На втором месте — дистанционное профессиональное обучение, курсы повышения квалификации для работающих людей. Дистанционные образовательные курсы для школьников по объему рынка расположились на третьем месте, а дистанционное высшее образование — на четвертом. В то же время, эксперты отмечают динамичный рост рынка дистанционных образовательных услуг как в мире, так и в России. Так, если в 2016 году рынок дистанционного образования оценивался в 20 миллиардов рублей, то к 2021 году прогнозируется его рост до 53 миллиардов. Нельзя не отметить определенную предвзятость работодателей и некоторых обучающихся к дистанционному обучению и образованию. Отчасти они правы, ведь дистанционное образование очень требовательно к качеству образовательной платформы, контенту, а также к личности самого обучающегося. По моему мнению, дистанционное образование (особенно высшее) — образование не для всех. У человека, обучающегося дистанционно, должна быть высокая мотивация к процессу, в противном случае не стоит ожидать высоких результатов даже при идеальных условиях и качественных образовательных платформах.

Если выпустили две коллективные монографии по тематике дистанционного образования в высшей школе, можно ли понимать в вашем университете сложился коллектив ученых, работающих в этом направлении. Вы сами предполагаете и дальше, сколько-то лет исследовать эту образовательную сферу или просматривается нечто новое, манящее?

Я не могу сказать, что преподаватели нашего университета лояльно относятся к дистанционному высшему образованию, и у нас сложился коллектив ученых, работающих в этом направлении. Многие из них настроены весьма скептически. Однако дистанционное образование в целом и дистанционное высшее образование в частности — это реальность нашего времени, игнорировать которую нельзя. В то же время в нашем вузе достаточно давно функционирует Центр дистанционного образования, они активно набирают студентов для обучения и в целом весьма успешно ведут свою деятельность, обучая не только по гуманитарным и экономическим направлениям, но и по техническим, что достаточно сложно.

Что касается моих планов на будущее, то конечно я не планирую останавливаться лишь на изучении дистанционного образования в высшей школе. Мне интересны сферы, связанные с влиянием Интернета на общество, на развитие и становление личности, молодежи. С каждым годом я наблюдаю тенденцию погружения студентов в онлайн, у меня складывается ощущение, что скоро студенты перестанут разговаривать друг с другом, а ограничатся только перепиской в мессенджерах. Это лишь один из немногих и поверхностных примеров, но тенденция очевидна —

Интернет влияет на молодежь, на их мировоззрение, причем не всегда позитивно. Как избежать пагубного влияния Интернета на молодежь, взяв из него все лучшее — это вопрос, на который пока не нашлось ответа, а, следовательно, эту сферу нужно изучать более детально.

Мне кажется, названная Вами тема «стара» настолько (почти настолько же), насколько стар Интернет. Вам известны зарубежные центры, работающие в этой области, Вы знаете Ваших ровесников, молодых социологов, исследующих это же проблемное поле?

Я думаю, что проблема вовлечения молодых людей в тотальный онлайн стала особенно актуальной с появлением и активным развитием социальных сетей (в России это период с 2006 года по настоящее время). Проблема действительно не нова, но тем не менее она мне интересна. Лично я не знаком с учеными, исследующими эти проблемы, но читал статьи некоторых из них. За рубежом в силу объективных причин (в частности, более раннего доступа широкой общественности к Интернету) проблема Интернет-зависимости исследована более широко и с большим размахом по сравнению с нашей страной. Однако от этого проблема не стала менее актуальной, ведь количество Интернет-пользователей в России растет год от года (к 2020 году по прогнозам некоторых экспертов их будет 75% от населения страны), пользователи «молодеют» и активно используют мобильные устройства для выхода в сеть. Кстати, именно эта «мобилизация» является характерной чертой нынешнего этапа развития мирового Интернета, что влечет за собой как позитивные, так и негативные тенденции. По своим студентам я вижу, что год от года уменьшается желание запоминать новую информацию, ведь всегда под рукой мобильный телефон, который даст ответ на нужный вопрос. А умение анализировать информацию, адаптировать ее под свои нужды уже и не каждому под силу. Что это — банальная лень или последствия развития информационного общества? На мой взгляд, второе. Хотя и первый фактор полностью исключать нельзя. Поэтому, резюмируя сказанное, хочу отметить, что несмотря на кажущуюся «старость» проблемы, она становится актуальной год от года, находится на стыке социологии и ИТ, что меня и привлекает.

Пару лет назад вместе с проф. Нурсафой Найруллиной мы подготовили книгу о становлении тюменской социологии, она была сделана на базе проведенных мною интервью с социологами Тюмени. Наверное, вы видели эту книгу... тогда я пришел к выводу о том, что в последние годы в развитии тюменской социологии наблюдается «тюменоцентризм». К примеру, из молодых лишь Татьяна Гаврилюк получила образование и подготовила кандидатскую диссертацию в Москве. Возможно, в последние годы наметились изменения этой области... что Вам кажется? Понимаю, существует множество объективных и субъективных причин, затрудняющих расширение коммуникации среди социологов. Может быть, за прошедшее время Вы стажировались в Москве, Петербурге, Екатеринбурге или в одном из зарубежных центров? Может быть есть такие планы?

Нет, к сожалению, за это время, не представилась возможность пройти стажировку в других городах России или за рубежом. Ежегодно посещаю Российский Интернет Форум, проходящий в Москве, но он не имеет отношения к социологии. Соглашусь с Вами относительно «тюменоцентризма», большинство моих знакомых молодых социологов действительно и защищались в Тюмени, а сейчас и работают здесь. Уехали в другие города единицы, которых можно посчитать по пальцам одной

руки. Почему так происходит? Мне сложно ответить на этот вопрос объективно, причин может быть несколько, начиная от экономических (ведь любая стажировка предполагает затраты) и заканчивая личностными причинами. Хотя коммуникация нужна, особенно в нашей сфере. В эпоху Интернета эта коммуникация может быть не личной, а виртуальной, что на мой взгляд может решить сложившуюся проблему недостаточной коммуникации между тюменскими социологами и их коллегами из других городов и стран. Как говорится было бы желание, а способ всегда найдется.

Антон, в нашем первом интервью Вы немного рассказали о созданном Вами Информационно-маркетинговом центре «Абрамовский и Партнеры» – оказывающим услуги в сфере разработки и продвижения Интернет-сайтов. Ваш бизнес развивается? Что в этом направлении Вам удалось сделать?

Возможно со мной многие не согласятся, но я считаю, что за два прошедших года рынок разработки Интернет-сайтов существенно изменился. Компании все чаще не готовы тратить средства на разработку уникальных Интернет-сайтов, предпочитая им готовые и бесплатные решения на основе таких известных платформ как WordPress или Joomla. А, следовательно, у нас существенно сократился объем заказов на создание Интернет-сайтов. В принципе, такое положение вещей вполне объяснимо, учитывая то, что в экономическом плане в стране лучше не стало и малый бизнес (а это наша целевая аудитория) экономит свои средства, предпочитая бесплатные решения. В то же время есть определенные позитивные сдвиги в плане объема работ по продвижению и рекламе Интернет-сайтов, созданные ранее нами или другими компаниями. К нам все чаще обращаются по контекстной и баннерной рекламе, что говорит о том, что у руководителей фирм появилось осознание важности использования Интернет-рекламы для продвижения. Говоря о рекламном рынке в Интернете хочу отметить, что он динамично меняется год от года. Появляются новые платформы для продвижения брендов, многие компании делают ставку не только на традиционную рекламу в Интернете, но и, например, на видеорекламу в Youtube или SMM-маркетинг. Поэтому чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке информационных технологий необходимо развиваться. Еще пять лет назад разработчики Интернет-сайтов мало обращали внимание на совместимость Интернет-представительств с экранами мобильных телефонов, теперь же наличие мобильной версии сайта—объективная необходимость. Даже поисковые системы ранжируют адаптированные сайты выше в результатах поиска. Все меняется, а сфера информационных технологий меняется быстрее вдвойне. Эта тенденция закономерна, про нее необходимо помнить и быть готовым к изменениям.