

DOI: 10.25629/НС.2025.05.21

УДК: 316.64; 330.16

ВАК: 5.3.5. Социальная психология, политическая и экономическая психология

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ СОЦИАЛЬНЫХ ОЖИДАНИЙ ВЗРОСЛЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦСЕТЕЙ В ОТНОШЕНИИ КРАТКОСРОЧНОГО ЭЛЕКТРОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ С УРОВНЕМ РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕННОСТЕЙ**

**Полякова О.А.<sup>1</sup>, Овсяник О.А.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Государственный университет управления

<sup>2</sup>Государственный университет просвещения

### **Аннотация**

В статье рассматривается один из аспектов влияния контента, транслируемого через социальные сети, на пользователей – формирование и трансформация социальных ожиданий взрослых людей в отношении краткосрочных электронных образовательных продуктов. Автор представляет результаты эмпирического исследования, целью которого выступало изучение потенциальной взаимосвязи между уровнем реализации ценностей взрослых пользователей социальных сетей и их социальными ожиданиями в отношении краткосрочных образовательных продуктов. В качестве применяемых методов использовался авторский опросник и методика «Ценностные ориентации» (О.И. Мотков, Т.А. Огнева). В результате проведенного исследования установлено: отрицательная корреляционная связь между общим уровнем образования индивида и завышенными ожиданиями в отношении краткосрочных программ электронного образования; сила влияния социальных сетей положительно взаимосвязана со временем, которое пользователь регулярно тратит на пребывание в них; ожидания «реальных знаний» характерны для респондентов с высоким уровнем конфликтности в осуществлении внутренних ценностей. степень влияния социальных сетей на социальные ожидания пользователя выше при наличии у последнего неразрешенных внутренних конфликтов в плане реализации внутренних ценностей. Значимая положительная взаимосвязь выявлена между показателем «конфликтность осуществления внешних ценностей» и ожиданием «секретных фишек». Результаты исследования могут быть использованы в диагностике и терапевтической работе при разрешении внутриличностных конфликтов в области ценностных ориентаций и их реализации.

### **Ключевые слова**

социальные ожидания, краткосрочные электронные образовательные продукты, влияние социальных сетей на взрослых, реализация ценностей, конфликт реализации ценностей, взаимосвязь личностных особенностей и социальных ожиданий

### **Введение**

Социальные ожидания личности – сложный феномен. Он включает в себя текущую социальную реальность в широком смысле слова, т.е. ту обстановку, которая сложилась на данный момент в обществе. В рамках реализованного исследования мы предприняли попытку проанализировать социальные ожидания в контексте цифровизации, как значимого фактора, трансформирующего все сферы бытия человека.

В психологических и социально-психологических исследованиях середины XX века доминирует представление об ожиданиях как об особом образе, в котором определяющими являются неосознанные психологические состояния личности, базирующиеся на ее предшествующем опыте.

Е. В. Никулина определяет понятие «социальные ожидания» как интегративное личностное образование, представленное в сознании в виде образа еще не наступившего события, отражающее эмоциональное и ценностно-смысловое отношение субъекта к ожидаемым событиям и тем самым определяющее мотивацию поведения [1]. И.С. Попович наделяет социальные ожидания значимой ценностью как ориентиров, которые помогают «не потеряться в водовороте человеческого бытия» [2, с.160].

В целом, всю совокупность определений «социальные ожидания», как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях можно разделить на 2 большие группы:

- понимание ожиданий как требований относительно поведения других индивидов и выполнения ими своих социальных ролей;
- как совокупности субъективных ориентаций относительно предстоящего хода событий, включающих социальные установки, стереотипы, знания, убеждения и т. д. и обеспечивающих готовность человека к предстоящим [3, с.41].

Большое число исследований, посвящено как анализу социальных ожиданий в контексте коммуникативно-ролевого компонента (П.П. Горностай [4], А.А. Гудзовская [5], Т. Шибутани [6], И.С. Попович [7], Hang, Y., Speyer, L. G., Murray, A. L., Luciano, M., & Möttus, R. [8] и др.), так и социальных ожиданий, как личностного компонента, элемента мотивационной системы, в том числе связанного с образовательной и профессиональной деятельностью (А.С. Тышковский [9], Т.П. Борисова [10], R Bourdeaux., L. Schoenack [11] и др.).

На наш взгляд, вопросы получения образования могут быть рассмотрены как инструмент достижения индивидуальных целей, доступный на протяжении всего жизненного пути. В связи с этим тема социальных ожиданий нередко пересекается с проблематикой образования.

Обучение, его форматы и применяемые методы претерпевали значимые изменения по мере расширения доступности интернет-технологий. Развитие электронного образования практически нивелировало многие существовавшие ранее физические, географические и социальные преграды. Однако, параллельно ускорились и процессы, устаревания, потери актуальности имеющих у людей знаний, навыков. Обозначенный тренд изменил представление о востребованном, с точки зрения, рынка труда, сотруднике. Сегодня в отдельную ценность индивида как сотрудника, важна готовность осваивать новое. В условиях быстро меняющегося мира, требования к специалистам постоянно эволюционируют [12]. Очень ярко этот тренд проявляется и в организации внутрикорпоративных программ повышения квалификации. Как отмечает Ю. Колодезникова, «в потоке непрерывно поступающей информации извне ключевое значение приобретает умение эффективно использовать цифровые ресурсы при организации мероприятий по обучению и развитию персонала без отрыва от выполнения основных функций» [13, с. 32].

Естественным следствием данной ситуации стал возросший спрос на программы обучения для взрослых. Рынок образования отреагировал стремительным ростом, предлагая широкую вариативность программ, существенно различающихся по наполнению, формату обучения, длительности, применяемым педагогическим технологиям. Отметим, что прирост предложения, в значительной степени, связан с развитием сегмента неформальных образовательных продуктов в виде краткосрочных курсов и тренингов. Система формального образования просто «не успевает» за скоростью обновления технологий, социально-экономическими изменениями и новыми потребностями рынка труда [14].

Стоит отметить, что освоение новых знаний представителями цифровой эпохи имеет свою специфику. «Речь идет о снижении ценности знаний и изменении способов их освоения» [15, с.175]. Количество обрабатываемой мозгом представителем цифровой эпохи информации про-

воцирует срабатывание адаптационных механизмов, следствием чего стали процессы трансформации мышления в сторону поверхностного мониторинга, снижения глубины анализа и проявления клипового мышления.

Как отмечают Н.Н. Самсонова, О.А. Овсяник, «для пользователей интернета может быть незаметным то влияние, которое он на них оказывает» [16, с. 502]. Современный человек находится в процессе постоянного поиска и переработки информации, даже когда это не требуется для решения прикладных задач. Чтобы отдохнуть и развлечься представитель цифровой эпохи опять же «ныряет» в процесс серфинга интернет-контента. При этом мозг, стремясь справиться с бесконечным потоком вводных, подстраивается, развивая умение отбирать информацию по значимости и надежности. Оценка и объединение смысловых блоков становится особенно важным навыком, но высокая скорость поиска и переработки информации при этом приводит к снижению критичности в отношении поступающей информации [17].

Обозначенные процессы в полной мере можно отнести и к процессу выбора образовательного продукта. Фактически, можно говорить о тенденции сознательного предпочтения обучающимися коротких и легких программ, при решении задачи получения дополнительных знаний. Этим обусловлен рост спроса на краткосрочные электронные образовательные программы, представленные в социальных сетях.

При этом, сами социальные сети, являются и каналом продвижения краткосрочных образовательных продуктов, и значимым фактором, формирующим спрос на подобный контент.

Итак, объектом предпринятого нами исследования выступили социальные ожидания взрослых пользователей социальных сетей в отношении краткосрочных образовательных продуктов.

Целью данной статьи является описание результатов эмпирического исследования, направленного на выявление потенциальной взаимосвязи между уровнем реализации ценностей взрослых пользователей социальных сетей и их социальными ожиданиями в отношении краткосрочных образовательных продуктов.

В качестве гипотезы выступает предположение о наличии взаимосвязи между уровнем реализации ценностей индивида и силой влияния социальных сетей на его социальные ожидания.

При изучении взаимосвязей социальных ожиданий в отношении краткосрочных электронных образовательных программ с личностными особенностями использовались положения социально-психологического и системного подходов в изучении социальных феноменов, проявляющихся на уровне отдельного индивида.

## Материалы и методы

С целью изучения социальных ожиданий пользователей социальных сетей в отношении краткосрочных электронных образовательных программ нами было проведено эмпирическое исследование с использованием следующих инструментов:

- 1) авторский опросник;
- 2) методика «Ценностные ориентации» (О.И. Мотков, Т.А. Огнева) [18].

Авторский опросник содержал блок вопросов, направленных на выявление поведенческих привычек респондентов в отношении регулярности использования социальных сетей, а также их опыта обращения к краткосрочным программам электронного образования.

При разработке модели эмпирического исследования мы учитывали многоаспектность процесса формирования ожиданий. В частности, «ожидания в отношении образования формируются в социальной среде и экономических условиях, предоставляемых семьями» [19, р. 985]. Мы так же предположили потенциально возможное влияние уже имеющегося у индивида опыта прохождения образовательных программ на предыдущих этапах жизненного пути. Это предположение послужило основанием для включения в разрабатываемый опросник расширенного блока автобиографических вопросов. Второй блок вопросов авторского опросника

был направлен на выявление ожиданий респондентов в отношении краткосрочных электронных образовательных продуктов, представленных в социальных сетях.

Методика «Ценностные ориентации» позволила получить данные о значимости для респондентов внешних и внутренних ценностей, а также о конфликтности их осуществления в реальной жизни. К внутренним ценностям авторы методики отнесли «уважение и помощь людям, отзывчивость», «любовь к природе и бережное отношение к ней», «творчество», «теплые, заботливые отношения с людьми», «саморазвитие личности». В числе значимых внешних ценностей выделили следующие пункты: «высокое социальное положение», «роскошная жизнь», «хорошее материальное благополучие», «известность, популярность», «физическая привлекательность, внешность».

Первым этапом обработки эмпирических результатов было сопоставление данных, полученных с применением авторского опросника, а именно – выявление потенциально возможных взаимосвязей между отношением к краткосрочным электронным образовательным продуктам и объективными социально-биографическими характеристиками, такими как возраст, пол респондентов, текущий уровень образования.

Мы так же проверяли гипотезу о возможной взаимосвязи между количеством времени, которое респондент проводит в социальных сетях, и его поведением в отношении обращения к различным образовательным программам, в том числе, краткосрочным электронным образовательным продуктам, созданным представителями блогосферы или иными пользователями социальных сетей.

Полученные с применением опросника данные на следующем этапе были сопоставлены с результатами диагностики, осуществленной с применением методики «Ценностные ориентации».

В исследовании приняли участие 136 человек (60% женщин и 40% мужчин) в возрасте от 21 до 68 лет.

## Результаты

Представим анализ полученных результатов с применением методов математического анализа. В числе выявленных в процессе анализа результатов исследования взаимосвязей был вывод о том, что возраст и уровень образования респондентов в значительной степени определяют отношение индивида к программам краткосрочного электронного образования. В таблице 1 отражены показатели коэффициента парной корреляции Пирсона. Чем старше респонденты, тем реже они ожидают от программ краткосрочного электронного образования быстрых результатов ( $r = - ,313$  при  $p < 0.01$ ) и «секретных фишек» ( $r = - ,356$  при  $p < 0.01$ ).

Респонденты с более высоким уровнем образования чаще считают, что ожидания многих от приобретения продуктов краткосрочного обучения расплывчаты ( $r = ,284$  при  $p < 0.05$ ).

Таблица 1 – Корреляционная таблица ожиданий респондентов различного возраста и уровня образования относительно продуктов краткосрочного электронного образования

Считаю, что большинство ожидает	Образование	Возраст
Быстрых результатов	,132	<b>-,313**</b>
Просто хотят быть в тренде	-,024	,108
Секретных фишек	,121	<b>-,356**</b>
Реальных знаний	-,067	,052
Ожидания многих расплывчаты	<b>,284*</b>	,041

*Примечание:* «\*» – корреляция значима на уровне 0,01 (двусторонняя).

«\*\*» – корреляция значима на уровне 0,05 (двусторонняя).

Сам факт того, что краткосрочные электронные образовательные продукты продвигаются в социальных сетях, делает закономерным предположение о влиянии социальных сетей на ожидания в отношении обозначенных продуктов. Однако, пользователи уделяют разное время соцсетям.

Соответственно, следующим шагом была проверка гипотезы о потенциально возможной зависимости общего суммарного времени, проводимого индивидом в соцсетях, и ожиданиями в отношении краткосрочных программ электронного обучения. Была выявлена достаточно сильная положительная корреляция между временем, проводимым респондентом в социальных сетях, и ожиданием от краткосрочных образовательных электронных продуктов «секретных фишек» ( $r = ,429$  при  $p < 0,01$ ). Чуть менее выражена взаимосвязь с ожиданием «быстрых результатов» ( $r = ,282$  при  $p < 0,05$ ) (табл. 2).

Обращает на себя тот факт, что речь про общую тенденцию, вне зависимости от возраста, предпочтений в социальных сетях.

Таблица 2 – Корреляционная таблица ожиданий респондентов и суммарного времени, проводимого респондентом в социальных сетях

Считаю, что большинство ожидает от таких продуктов	Время, проводимое в соцсетях (интегральный показатель)
Быстрых результатов	,282*
Просто хотят быть в тренде	,026
Секретных фишек	,429**
Реальных знаний	-,006
Ожидания многих расплывчаты	,199

*Примечание:* «\*» – корреляция значима на уровне 0,01 (двусторонняя).

«\*\*» – корреляция значима на уровне 0,05 (двусторонняя).

Мы предположили, что время, которое респондент уделяет социальным сетям, может быть связано с исходным уровнем образования и образом жизни респондента, в частности – с долей свободного времени при стандартном графике загрузки. Корреляционная таблица обозначенных параметров представлена ниже (табл. 3).

Таблица 3 – Корреляционная таблица взаимосвязи времени, проводимого пользователем в соцсетях, уровнем образования и долей свободного времени

	Уровень образования	Доля отдыха
Время, проводимое пользователем в социальных сетях	,148	,253*

*Примечание:* «\*» – корреляция значима на уровне 0,01 (двусторонняя).

В результате проверки гипотезы мы сделали вывод о том, что наличие свободного времени является фактором, предрасполагающим к более длительному пребыванию пользователя в социальных сетях.

Наряду с фактором влияния социальных сетей на ожидания и поведение респондентов в отношении образовательных продуктов различного формата, мы предположили, что предыдущий опыт обучения и актуальность для него получения дополнительных знаний в какой-то из сфер жизни обуславливает интерес и ожидания в отношении краткосрочных образовательных продуктов.

Соотнесение факта реального прохождения респондентами программ обучения за 2 года, предшествующие участию в исследовании, и отношения к программам, разработанным представителями блогосферы и представленным в соцсетях, позволило выявить ряд закономерностей (табл. 4).

Таблица 4 – Отношение к продуктам, представленным в социальных сетях представителями блогосферы, респондентов с различным опытом прохождения обучающих программ за предыдущие 2 года

	Гос-й ВУЗ	Коммерческий ВУЗ	УЦ	Продукт, приобретенный через соцсети	Бесплатные программы	Не проходил обучения
Иногда это отличная возможность быстро и недорого получить доп. профессиональный навык	-,042	-,079	,211*	,049	-,033	-,224*
Я думаю, такие курсы могут быть интересными и полезными, поскольку созданы практиками	-,079	-,092	,044	,249*	-,088	-,008
Считаю, что курсы, созданные людьми без педагогич. образ-я, не могут быть полезными	,100	-,045	-,120	-,138	,179	,027
Люди зарабатывают деньги. К обучению это никак не относится	,034	,124	-,052	-,016	-,088	,011
Не помешает для общего развития	,007	,106	-,175	-,054	,052	,146

Примечание: «\*\*» – корреляция значима на уровне 0,05 (двусторонняя).

Те респонденты, которые вовсе не проходили никаких программ обучения за последние 2 года, реже всего выбирали ответ «Иногда это отличная возможность быстро и недорого получить дополнительный профессиональный навык» ( $r = -,224$ , при  $p < 0.05$ ). Данный вариант ответа чаще выбирали респонденты, которые проходили обучение, предлагаемое учебными центрами ( $r = ,249$ , при  $p < 0.05$ ).

Респонденты, которые приобретали образовательную программу через социальные сети, чаще считают, что подобные продукты могут быть интересны и полезны, поскольку созданы практиками ( $r = ,211$ , при  $p < 0.05$ ).

Обозначенные закономерности являются достаточно слабыми и более корректно их обозначить, как тенденции.

При сопоставлении данных, полученных с применением авторского опросника и методики «Ценностные ориентации» мы так же подтвердили гипотезу о том, что ожидания респондентов от краткосрочных программ электронного образования значимо коррелируют с показателями личностной ориентации. В частности, значимая положительная взаимосвязь выявлена между показателем «конфликтность осуществления внешних ценностей» и ожиданием «секретных фишек» ( $r = ,377^{**}$  при  $p < 0.01$ ) (см. таблица 5). А у респондентов, успешно реализовавших внешние ценности зависимость с ожиданием «секретных фишек» отрицательная ( $r = -,284^*$  при  $p < 0.05$ ).

При этом, показатель «значимость внешних ценностей» менее значимо, но коррелирует с таким ожиданием, как «быть в тренде» ( $r = ,277^*$  при  $p < 0.05$ ).

Таблица 5 – Корреляционная таблица значимости и реализации внешних и внутренних ценностей личности и ожиданий респондентов относительно краткосрочных программ электронного образования

	Значимость		Реализация		Конфликтность осуществления	
	внешних ценностей	внутренних ценностей	внешних ценностей	внутренних ценностей	внешних ценностей	внутренних ценностей
Если говорить о краткосрочных курсах считаю, что большинство ожидает от них:						
Быстрых результатов	,186	,181	-,064	,056	,213	,142
Просто хотят быть в тренде	<b>,277*</b>	,119	,141	,010	,136	,123
Секретных фишек	,181	,075	<b>-,284*</b>	-,041	<b>,377**</b>	,130
Реальных знаний	-,100	-,122	-,236	<b>-,347**</b>	,093	<b>,244*</b>
Ожидания многих расплывчаты	,040	-,007	,009	,058	,028	-,071

Примечание: «\*» – корреляция значима на уровне 0,01 (двусторонняя).

«\*\*» – корреляция значима на уровне 0,05 (двусторонняя).

Ожидания «реальных знаний» характерны для респондентов с высоким уровнем конфликтности в осуществлении внутренних ценностей ( $r = ,244^*$  при  $p < 0,05$ ). При этом респонденты, реализовавшие свои внутренние ценности, напротив, не ожидают от краткосрочных программ электронного образования реальных знаний ( $r = -,347^{**}$  при  $p < 0,01$ ).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наличие внутреннего неразрешенного конфликта в реализации ценностей индивида обуславливают определенные завышенные ожидания от краткосрочных электронных образовательных продуктов, представленных в социальных сетях. И обращение к таким продуктам может рассматриваться субъектом, как простой путь к разрешению конфликтов в сфере ценностных ориентаций и их реализации в реальной жизни.

## Обсуждение результатов

Целью данного исследования стало эмпирическое изучение того, насколько сильно различные аспекты жизни индивида, а также его личностные особенности и состояния влияют на социальные ожидания. Ожидания индивида имеют социальную природу и существенно влияют на его выборы и поведение в течение всей жизни. Социальные ожидания, возникшие и развивающиеся на коммуникативно-ролевой базе, реализуются как личностные или групповые феномены. Как отмечает Д.Н. Суховская, «... они относятся к результату функционирования масштабной социальной системы» [20, с. 122]. В условиях высокой динамики изменений социального пространства, трансформации культурных и ценностных ориентаций общества, ожидания индивида приобретают субъективно больший вес, как фактор, значимо определяющий смысловые акценты, предпочтения и поведение человека. При этом, как отмечает И.С. Верник, «особенностью современной социальной ситуации является неопределенность содержания ее объективного аспекта, не определены требования, предъявляемые окружением к деятельности и поведению» [21, с. 13], размываются границы ранее понятных культурных ожиданий и ограничений. А одним из самых значимых факторов социальной стратификации стала

информация, владение ею и способность быстро пополнить/актуализировать. Речь о том влиянии, которое оказывают информационные технологии на жизнь представителя цифровой эпохи.

В контексте значимости роли интернета в жизни современного человека, отдельный аспект силы влияния повсеместной доступности сети интернет проявляется, если речь идет о социальных сетях. Данные платформы изначально созданы для удовлетворения социальной потребности индивида в коммуникациях, построении и поддержании отношений с другими членами общества. Однако по мере развития информационных технологий, трансформации многих социальных процессов и, в том числе, в сфере межличностных коммуникаций, социальные сети стали силой, значимо влияющей на пользователя, в том числе, корректируя существующие ожидания, способствуя формированию новых.

Значение проблемы влияния социальных сетей подтверждается большим количеством исследований, посвященных этой теме. Различные аспекты влияния социальных сетей на личность человека рассматриваются, например, в работах Г.В. Аكوпова, С.А. Глушковой [22], О.В. Ярыгина и В.Н. Ремарчук [23], Н.М. Ардушевой [24], А.О. Плетнёвой [25], К.Р. Герасимовой [26] и др.

Влияние социальных сетей на социальные ожидания индивида в отношении краткосрочных электронных образовательных продуктов осуществляется посредством трансляции большого числа примеров успеха. И коротким путём к нему декларируется прохождение образовательных программ, не требующих значимых усилий и временных затрат от индивида, является одним из механизмов формирования ожиданий. Контент подобного рода широко представлен в социальных сетях и используется как инструмент продаж образовательных продуктов в определенном сегменте. При этом качество и образовательная польза подобных программ являются спорными, что способствовало появлению и распространению термина «инфопродукт».

Однако, сила влияния социальных сетей на пользователя, а также само содержание ожиданий индивида в отношении краткосрочных образовательных программ существенно отличаются. В частности, значимым «препятствием», снижающим силу влияния социальных сетей на социальные ожидания индивида, является уровень образования пользователя. Существенным фактором, повышающим устойчивость пользователя социальных сетей к транслируемому контенту, можно отнести и общее отношение индивида к процессу обучения. Обращение к различным образовательным программам на предыдущих жизненных этапах позволяют взрослому человеку сформировать определенное видение и критерии выбора образовательных продуктов, как инструмента для достижения своих личных целей.

Мы также подтвердили существование взаимосвязи между временем, проведенным пользователем в социальных сетях и его ожиданиями в отношении краткосрочных образовательных продуктов, созданных другими пользователями социальных сетей. При этом, мы говорим о том, что отсутствие компетенций у составителей подобных программ осознаётся пользователями и, часть из них, просто игнорирует эту информацию, ставя в приоритет лёгкость и простоту.

Проведенное исследование подтвердило, что фактором уязвимости, подверженности влиянию социальных сетей является наличие у индивида конфликта в сфере реализации ценностных ориентаций. И этой уязвимостью, как и другими личностными особенностями пользуются составители программ, продвигая свои продукты.

## **Заключение**

Современный этап развития общества в значительной степени определяется стремительным развитием информационных технологий. Ускорение динамики социальных процессов, обусловленное развитием и повсеместной интеграцией ИТ-решений, являются значимым фактором, который находит отражение в социальных ожиданиях представителя цифровой эпохи.

Социальные ожидания – это некие проекции в будущее, ориентиры, которые во многом определяют смысл и траектории поведения личности. Формирование социальных ожиданий, как гибкой системы субъективной оценки целесообразности потенциально возможных действий или их последствий продолжаются в процессе всей жизни индивида.

Увеличивающиеся объемы и скорости информационных потоков влияют на все сферы жизни и в, частности, на трудовую деятельность. Сокращается временной период, когда владение определенными знаниями и навыками остаётся достаточным для качественного выполнения требуемого функционала. На этом фоне значительно актуализировался вопрос постоянного обучения взрослых вне зависимости от уровня их карьерных достижений. Развитие электронного обучения расширило образовательные возможности всех слоёв общества. Вариативность образовательных программ сегодня на рынке позволяет потенциальному обучающемуся выбрать продукт, максимально отвечающий его актуальным потребностям.

В числе основных выводов, которые были сделаны по итогам исследования можно привести следующие:

- формирование социальных ожиданий является одним из путей продвижения краткосрочных образовательных продуктов в социальных сетях;
- время, проведенное пользователем в социальных сетях, положительно коррелирует с вероятностью формирования нереалистичных ожиданий от легких не требующих временных и умственных затрат, программ;
- чем старше респонденты, тем реже они ожидают от программ краткосрочного электронного образования быстрых результатов;
- чем выше уровень образования пользователя, тем с большей вероятностью он разделяет позицию, о том, что при обращении к краткосрочным образовательным продуктам ожидания многих расплывчатые;
- респонденты, которые имели опыт приобретения продуктов краткосрочного электронного образования чаще считают, что подобные продукты могут быть интересны и полезны, поскольку созданы практиками;
- степень влияния социальных сетей на социальные ожидания пользователя выше при наличии у последнего неразрешенных внутренних конфликтов в плане реализации внутренних ценностей. Значимая положительная взаимосвязь выявлена между показателем «конфликтность осуществления внешних ценностей» и ожиданием «секретных фишек».

Результаты исследования могут быть использованы в диагностике и терапевтической работе при разрешении внутриличностных конфликтов в области ценностных ориентаций и их реализации.

Отдельным практическим аспектом исследования является подтверждение факта потенциально опасного влияния краткосрочных образовательных продуктов низкого качества, продвижение которых основано на манипулятивном влиянии на пользователей, ввиду наличия у последних неразрешенных внутренних конфликтов. Данный факт обостряет значимость проблемы доступности входа на рынок образовательных услуг отдельных лиц и организаций, не имеющих должного уровня компетенций. Соответственно, результаты исследования могут выступать дополнительными вводными при разработке мер регулирования сферы образовательных услуг в общенациональном масштабе.

## Библиография

1. Никулина Е.В. Психологические детерминанты формирования конструктивных социальных ожиданий старшеклассников: дис. .канд. психол. наук: спец. 19.00.07 «Педагогическая психология». КГУ. Курск. 2005. 174 с.

2. Попович И. С. Роль социальных ожиданий в становлении и развитии личности. // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2015. № 2 (14). С. 159–162
3. Черноиваненко Ю. О., Валиахметова М. М. Социальные ожидания и надежда // Социальные явления. 2015. № 3. С. 41.
4. Герасимова К.Р. Анализ влияния контента, генерируемого в социальных сетях на различные группы пользователей. Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения // Сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. Пенза: Наука и просвещение. 2020. С. 261–264.
5. Гудзовская А.А. Психология социальной зрелости: монография. 2014. Самара: СИПКРО.
6. Шибутани Т. Социальная психология / пер. с англ. В. Б. Ольшанского. – Ростов н / Д.: Феникс, 2002. 544.
7. Попович И.С. Теоретико-методологический анализ социальных ожиданий личности как составляющей коммуникативно-ролевого взаимодействия // Социальные явления. 2016. № 4. С. 47–54.
8. Hang Y., Speyer L. G., Murray, A. L. Luciano, M. & Möttus R. Social expectations as a possible mechanism for adult personality change: Limited empirical evidence for the social investment principle // Journal of Personality. 2023. P. 1–12. <https://doi.org/10.1111/jopy.12809>.
9. Тышковский А. В. Социально-психологические основы формирования и реализации ожиданий в профессиональном выборе и карьере: автореф. дис. ... д-ра психол. наук. Москва, 1999. 481 с.
10. Борисова Т.П. Социально-психологическая феноменология профессиональных ожиданий студентов в социообразовательной среде ВУЗа ... диссертация кандидата психологических наук: 19.00.05, Москва, 2012. 189с.
11. Bourdeaux R., Schoenack, L. Adult Student Expectations and Experiences in an Online Learning Environment. The Journal of Continuing Higher Education. 2016. Vol. 3(64). P. 152–161.
12. Трункина Т. Г. Современные тенденции профессиональной подготовки специалистов. Статьи и тезисы докладов III Всероссийской научно-практической интернет-конференции «Подготовка современного специалиста: проблемы, поиски, решения – 2024». – URL: [www.konfsamsspc.ru/pages/sovremennye\\_tendencii\\_professi](http://www.konfsamsspc.ru/pages/sovremennye_tendencii_professi) (дата обращения: 1.03.2025).
13. Колодезникова Ю.Ю. Цифровизация обучения персонала: новые технологии и проблемы их внедрения // Гуманитарный научный журнал. 2023. №1. Ч.1. С. 30–39.
14. Ефимова Г.З., Зюбан Е.В., Кичерова М.Н., Муслимова Е.О. Парадоксы неформального образования студенческой молодежи // ИТС. 2019. № 2 (95). С. 303–321
15. Полякова О.А. Развитие рынка программ краткосрочного электронного обучения как следствие снижения субъективной ценности знаний в эпоху цифровизации // Сб. материалов XIV Междунар. науч.-практ. конф. профессорско-преподавательского состава, аспирантов, магистрантов и студентов «Актуальные проблемы правовых, экономических и социально-гуманитарных наук». Ч.2. Минск: БИП. 2023. С. 175–176.
16. Самсонова Н.Н., Овсяник О.А. Изменение взаимодействий в современном обществе под влиянием развития интернет-коммуникаций // Сб. научных докладов XV Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы информационного общества в науковедении, культуре, образовании, экономике». Москва, 19–20 апреля 2018 года. – М.: ПОЛИГРАФ СЕРВИС. 2018. С. 501–507.
17. Rothman D. A. Tsunami of Learners Called Generation Z [Электронный ресурс]. – URL: [http://mdle.net/Journal/A\\_Tsunami\\_of\\_Learners\\_Called\\_Generation\\_Z.pdf](http://mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf) (дата обращения: 10.01.2023).

18. Мотков О.И., Огнева Т.А. Методика «Ценностные ориентации». URL: <https://psychologos.ru/articles/view/metodika-izucheniya-vneshnih-i-vnutrennih-cennostey-lichnosti> (дата обращения: 11.12.2024).

19. Burcu Yavuz Tabak. Education Expectations and Income Level of Families: An Assessment within the Framework of Human Capabilities Approach // Educational Administration: Theory and Practice. 2021. Vol. 27. Issue 1. P. 985-1004

20. Суховская Д. Н. Теоретико-методологические подходы к исследованию социальных ожиданий от обучения // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2022. № 2. С. 122.

21. Верник И.С. Характеристика социальной ситуации развития детей в условиях неопределенности // Вестник Оренбургского государственного университета. 2020. № 4(227). С. 11–17.

22. Акопов Г.В., Глушкова С.А. Социальные сети и их психологическое воздействие // Вестник науки. 2022. №4 (6 (51)). С. 148–156.

23. Ярыгин О. В., Ремарчук, В. Н. Социальные сети как инструмент управления массовым сознанием // Гуманитарный вестник. 2022. №6 (98). С. 8.

24. Ардушева Н.М. Влияние социальных интернет-сетей на процесс формирования личности молодого человека. Тенденции и инновации современной науки // Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. Нур-Султан. 2019. С. 48–52.

25. Плетнёва А.О. Социальные сети как инструмент воздействия на общественное сознание. Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2020) // Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, РГУ им. А.Н. Косыгина. 2020. С. 14–17.

26. Герасимова К.Р. Анализ влияния контента, генерируемого в социальных сетях на различные группы пользователей. Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения // Сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. Пенза: Наука и просвещение. 2020. С. 261–264.

## Об авторах

**Полякова Оксана Александровна**, Государственный Университет Управления, profi.polyakova@yandex.ru

**Овсяник Ольга Александровна**, доктор психологических наук, профессор Государственного университета просвещения

## INTERRELATION OF SOCIAL EXPECTATIONS OF ADULT USERS OF SOCIAL NETWORKS IN RELATION TO SHORT-TERM E-LEARNING WITH THE LEVEL OF VALUES REALIZATION

Polyakova O.A.<sup>1</sup>, Ovsyanik O.A.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>State University of Management

<sup>2</sup>State University of Education

### Abstract

The article examines one of the aspects of the impact of content broadcast through social networks on users - the formation and transformation of social expectations of adults in relation to short-term electronic educational products. The author presents the results of an empirical study aimed at studying the potential relationship between the level of realization of the values of adult users of social networks and their social expectations regarding short-term educational products. The author's questionnaire and the methodology «Value orientations» (O.I. Motkov, T.A. Ogneva) were used as applied methods. As a result of the study, it was found that there is a negative correlation between an individual's general level of education and high expectations for short-term e-education programs; the power of influence of social networks is positively correlated with the time that a user regularly spends on them; expectations of «real knowledge» are typical for respondents with a high level of conflict in the implementation of internal values. The degree of influence of social networks on the user's social expectations is higher if the latter has unresolved internal conflicts in terms of the implementation of internal values. A significant positive relationship was found between the indicator «conflict in the implementation of external values» and the expectation of «secret chips». The results of the research can be used in diagnostics and therapeutic work in resolving intrapersonal conflicts in the field of value orientations and their implementation.

### Keywords

social expectations, short-term electronic educational products, influence of social networks on adults, realization of values, conflict of values realization, interrelation of personal characteristics and social expectations