

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЕТЕЙ В МОСКВЕ: СТРАТЕГИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ УСЛУГ

Логинов Д. М., к.э.н., ученый секретарь ИГРМ
Елисеева М. А., младший научный сотрудник ИГРМ

Статья посвящена исследованию образовательных стратегий московских семей в отношении дошкольников и младших школьников, посещающих учреждения дополнительного образования и культурного досуга. На основе данных социологического исследования, проведенного Институтом гуманитарного развития мегаполиса в 2012 году, реализовано портретирование потребителя образовательных услуг, проанализированы основания выбора учреждений и направлений подготовки, рассмотрены стратегии социализации детей посредством включения в систему дополнительного образования, намечены направления повышения эффективности системы дополнительного образования детей в столице.

Дополнительное образование детей — тема, традиционно находящаяся в фокусе анализа эффективности образовательных услуг. Вместе с тем этой проблеме уделяется существенно меньше внимания, по сравнению с другими образовательными ступенями. Однако дополнительное детское образование является одним из важных элементов выстраиваемых домохозяйствами образовательных стратегий, и очевидно, что успешность работы учреждений системы дополнительного образования в значительной степени определяется готовностью распознавать и воспринимать сигналы, поступающие от населения.

В Москве, в силу высокого образовательного уровня ее жителей, спрос на услуги дополнительного образования детей также высок. Одновременно существуют и большие возможности для поддержки и развития системы этого образования. Именно поэтому исследование, основанное на результатах опроса родителей, чьи дети посещают образовательные и досуговые учреждения города, открывает широкий взгляд на проблему воспитания и образования детей дошкольного и младшего школьного возраста, а также на актуализованные и латентные возможности столичной образовательной системы.

В рамках исследовательского проекта Института гуманитарного развития мегаполиса (ИГРМ) были проанализированы следующие базовые категории, характеризующие потребителей услуг детского дополнительного образования:

- портрет потребителя образовательных услуг;
- основания выбора образовательных учреждений и направлений подготовки в системе дополнительного образования;
- дифференциация стратегий образовательной социализации детей посредством включения в рассматриваемую систему.

В системе столичного дополнительного образования функционируют учреждения и организации различного типа, однако основной объем образовательных услуг детям оказывается государственными учреждениями, поэтому на данном этапе исследование концентрировалось именно на этом секторе образовательных услуг.

Исследование Института гуманитарного развития мегаполиса проведено летом 2012 г. под руководством к. социол. н. А. И. Пишняк, которой авторы выражают искреннюю благодарность за совместную работу. В исследовании приняли участие взрослые, сопровождающие детей в возрасте 2—12 лет на занятия в учреждения различного типа. Респонденты опрашивались в детских художественных и музыкальных школах, а также школах искусств и в домах творчества, подведомственных Департаменту образования и Департаменту культуры города Москвы. Опрос проводился методом формализованного личного интервью; объем выборки составил 560 домохозяйств.

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Наибольшая доля респондентов была представлена взрослыми, сопровождавшими на занятия в учреждения дополнительного образования детей в возрасте от 7 до 10 лет (57%).

Как выяснилось в ходе опроса, 73% детей ходят в школу. Из них 73,4% посещают государственную общеобразовательную школу, 22,3% — школу с углубленным изучением предметов, оставшиеся 4,3% посещают частные школы и школы другого типа. Из числа детей, не достигших школьного возраста, 77,8% ходят в государственный детский сад, 2% в частный детский сад, а 20,3% не посещают детский сад.

Если говорить о семьях, в которых есть дети, участвовавшие в обследовании, то 78% детей растут в полных семьях; более половины из них проживают в семьях без других родственников (бабушек/дедушек и проч.). Около пятой части детей происходит из неполных семей, причем количество неполных семей, в которых проживают другие родственники и в которых других родственников не проживает, фактически одинаково.

У 68% детей из домохозяйств респондентов оба родителя имеют высшее или послевузовское образование (в 78% таких семей кто-либо из родителей сам занимался ранее в учреждениях дополнительного образования). В 15% случаев высшее образование имеет только один из родителей (в 79,9% из них один из родителей ходил на дополнительные занятия). И, наконец, только у 16,4% детей ни у одного из родителей нет законченного высшего образования (в таких семьях доля тех, в которых ни один из родителей в детстве не ходил на дополнительные занятия, наиболее велика — 35%).

Обследование показало, что в семье обычно проживает от трех до пяти человек, включая ребенка (80% домохозяйств), менее трех человек проживает в 5,5% домохозяйств, в остальных семьях количество постоянно проживающих членов более пяти. Более половины детей являются единственными детьми в домохозяйстве. Два ребенка проживают в 38% семей. Детей из многодетных семей сопровождали на занятия 6% опрошенных. Интересно отметить, что среди других детей, проживающих в домохозяйстве, только 25%

посещают то же учреждение и 29,6% ходят на какие-нибудь другие занятия, а остальные дополнительные занятия не посещают.

Среди опрошенных респондентов 57% отметили, что на занятия ребенка обычно водят родители. Примерно в трети случаев (28%) это делают бабушки и дедушки. Только в 15% случаев ребенка приводят другие родственники, знакомые или няни. Причем среди самих респондентов 70,2% оказались матерями детей, 7,9% — отцами, 17,7% — бабушками и дедушками.

ОСНОВАНИЯ ВЫБОРА УЧРЕЖДЕНИЙ И НАПРАВЛЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ

Респондентов просили описать занятия, которые посещают дети в учреждениях дополнительного образования. 18,3% детей посещают занятия по музыкальному инструменту. На втором месте по популярности — хор (15,6%), на третьем — рисование (11,8%). Менее 1% детей посещают занятия по культурологии. Очевидно, что востребованность того или иного направления зависит от специализации учреждения. Так, в музыкальные школы в основном приходят на занятия музыкальным инструментом (42,6%) и в хоре (31,3%). В художественных школах и школах искусств на первых местах — рисование (26,9%), спорт (16,9%) и лепка (11,2%). Значительная часть (22,2%) детей, посещающих дома творчества департаментов образования и культуры, занимаются в них хореографией.

По времени, которое в среднем в неделю тратят дети на посещение тех или иных занятий, первое место занимают занятия спортом — на это у ребенка уходит 3,5 часа в неделю. Меньше всего времени расходуется на занятия лепкой, культурологией (по 1,8 часа) и психологией (1,5 часа). Примечательно, что на занятия, наиболее популярные именно в этом учреждении дополнительного образования, в среднем тратится больше времени, чем на те же занятия в другом учреждении. Например, на занятия музыкальным инструментом в музыкальных школах тратится в среднем на час больше времени, чем в художественных школах и школах искусства, и на 1,5 больше, чем в домах творчества. Возможно, это объясняется тем, что в музыкальных школах эти занятия рассматриваются больше как элемент получения профессиональных навыков, следовательно, времени на них требуется больше, в то время как в остальных учреждениях эти занятия рассматриваются скорее как хобби, возможность занять время ребенка.

Респондентов спрашивали о типе учреждения, которое посещает их ребенок. Хотя все организации, в которых проводилось обследование, — государственные, около 5% респондентов не знают об этом, причем по отношению к домам творчества департамента культуры эта цифра равна 15% (9,7% затруднились ответить на вопрос, а 5,3% считают, что учреждение, которое посещает их ребенок, частное или относится к другой форме собственности).

Большая часть детей, участвовавших в обследовании (78,6%), посещают данное образовательное учреждение уже не первый год. Если оценивать средний период посещения на момент опроса, то он составил 2,8 лет в среднем для всех школ (3,0 для детских школ и 2,6 для детских домов творчества).

Для половины детей посещаемый вид занятий — единственный. Треть детей, помимо занятий в учреждениях, где проводилось обследование, за-

нимаются еще и в других — частных или государственных — учреждениях дошкольного образования. Еще по 10% занимаются дополнительно при общеобразовательных школах или с репетиторами. Зачастую дети посещают сразу несколько видов занятий в одном и том же учреждении.

Чаще всего детей водят на дополнительные занятия в разные учреждения дополнительного образования, поскольку в одной школе невозможно найти все необходимые виды занятий. С этой проблемой столкнулись 49% респондентов. Вторая причина — подбор наиболее подходящих для ребенка занятий (22%). Почти пятая часть (18%) респондентов считают, что разные школы позволяют ребенку расширять круг общения. Практически не назывались такие причины, как неудобное расписание, отсутствие мест и неподходящее качество занятий.

Респондентов просили оценить, насколько востребованными, по их мнению, являются различные виды дополнительных занятий в Москве. Среди ответов чаще встречались спортивные, танцевальные, художественные и музыкальные занятия, что соответствует результатам данного обследования. Ожидаемо, что посетители музыкальных и художественных школ называли в первую очередь музыкальные и художественные занятия соответственно. Вне зависимости от типа учреждения около 20% респондентов в первую очередь называли спорт.

Около 80% респондентов остановили свой выбор на конкретных занятиях, потому что целенаправленно их искали, остальные узнали о них случайно. При принятии решения абсолютное большинство опрошенных (40%) руководствовались советами родственников друзей и знакомых. Более 20% выбрали занятия, находящиеся в их районе и о которых они узнали, потому что живут рядом. Третий по популярности источник информации — интернет. Наименее востребованным из доступных источников информации являются рекламные коммуникации.

Инфраструктурная обеспеченность районов учреждениями дополнительного образования в целом была оценена актуальными потребителями как достаточная, хотя отмечалась возможность расширить их количество. Чаще всего предложение увеличить число школ в районе проживания респондента высказывалось относительно художественных школ.

Более половины респондентов (58%) не рассматривали другие учреждения, прежде чем отдать ребенка в то, которое он посещает в настоящее время, причем, как показал анализ, территориальный фактор играет преобладающую роль в принятии решения. На основании этого критерия сделали свой выбор более 20% респондентов. Важны отзывы друзей, родственников и знакомых — ими руководствовались более пятой части опрошенных. Ценовой фактор отметили менее 6% респондентов.

В вопросе стоимости занятий, которые посещают дети в учреждениях дополнительного образования, ответы распределились следующим образом: 11% респондентов считают цену занятий высокой, 39% оценили ее как среднюю, 20% — как низкую. Для 30% занятия бесплатны. Важно отметить, что завышенной цену считают лишь 5% опрошиваемых, то есть даже для тех, кому занятия кажутся дорогими, стоимость соответствует качеству. В результате оценки респондентами максимальной и оптимальной стоимости дополнительных занятий более 50% респондентов посчитали, что они должны быть

бесплатными или стоить менее 500 руб. в месяц. Менее 9% назвали цену в 2000 руб. в месяц и выше оптимальной.

Поскольку родители склонны выбирать учреждения, находящиеся в районе проживания, около 70% опрошенных посещают те, которые расположены в шаговой доступности от дома. Еще у 24% респондентов школа расположена на некотором расстоянии, и только 8% водят детей в школы, находящиеся далеко от их дома.

СТРАТЕГИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Исходя из целей, на основе которых домохозяйства формируют реальные практики включенности в систему дополнительного образования и культурно-образовательного досуга, в ходе анализа были классифицированы наиболее распространенные стратегии образовательной социализации.

1 группа. «Формирование культурного базиса»

Данный тип целевых установок образовательной социализации демонстрируют около 40% семей, которые обращаются к системе дополнительного образования на основе приоритета «расширение кругозора ребенка».

2 группа. «Расширение возможностей»

Группа составляет 27% домохозяйств и формируется из тех, кто считает целью дополнительного образования «приобретение знаний, которые помогут в повседневной жизни».

3 группа. «Рационализация навыков»

Критерием отнесения в эту группу, характеризующую поведение четверти семей, является целевой приоритет образовательной социализации «приобретение профессиональных знаний и навыков».

Рассмотрим характеристики домохозяйств, ориентированных на различные стратегии образовательной социализации.

Таблица 1. Распространенность стратегий образовательной социализации

Стратегии образовательной социализации (число респондентов, процент)				Всего
формирование культурного базиса	расширение возможностей	рационализация навыков	другие	
40,2	27,6	24,5	7,7	100

Таблица 2. Дифференциация стратегий образовательной социализации в семьях различного образовательного уровня

Уровень образования родителей	Стратегии образовательной социализации (число респондентов, процент)				Всего
	формирование культурного базиса	расширение возможностей	рационализация навыков	другие	
Ни один не имеет высшего образования	30,5	42,1	15,8	11,6	100
Один из родителей имеет высшее образование, другой не имеет	38,3	25,9	29,6	6,2	100
Оба родителя (единственный родитель) имеют высшее образование	43,0	24,6	25,7	6,7	100

Анализ показывает, что образовательный уровень семьи влияет на стратегии социализации в системе дополнительного образования. С понижением образовательного уровня родителей менее актуальным становится накопление культурного базиса и возрастает обращение к стратегии расширения возможностей. Рационализация навыков является стратегией семей, в которых хотя бы один из родителей имеет высшее образование (табл. 2).

Самооценка уровня материальной обеспеченности домохозяйств в значительной степени коррелирует с демонстрируемыми стратегиями образовательной социализации (табл. 3).

Таблица 3. Дифференциация стратегий образовательной социализации в семьях различного уровня материальной обеспеченности

Уровень материальной обеспеченности семей	Стратегии образовательной социализации (число респондентов, процент)				Всего
	формирование культурного базиса	расширение возможностей	рационализация навыков	другие	
Низкий	29,4	29,4	41,2	0,0	100
Ниже среднего	35,9	30,3	26,8	7,0	100
Средний	36,5	30,8	24,2	8,5	100
Выше среднего	48,0	22,7	24,0	5,3	100
Высокий	62,5	12,5	12,5	12,5	100

В ходе анализа рассмотрены различия образовательной социализации дошкольников и школьников (табл. 4). При достижении ребенком порогового уровня образования (окончание дошкольного образования и поступление в школу) семьи существенно корректируют вектор образовательной социализации в системе дополнительного образования. Формирование культурного базиса теряет приоритетность, в то время как рационализация навыков встречается в три раза чаще.

Таблица 4. Дифференциация стратегий образовательной социализации в семьях школьников и дошкольников

Статус ребенка	Стратегии образовательной социализации (число респондентов, процент)				Всего
	формирование культурного базиса	расширение возможностей	рационализация навыков	другие	
Не школьник	46,8	30,1	10,5	12,6	100
Школьник	37,7	26,8	29,4	6,1	100

Семьи, демонстрирующие рациональный вектор стратегий образовательной социализации, подтверждают его на этапе выбора учреждения дополнительного образования и культурного досуга.

Таблица 5. Стратегии выбора учреждения в зависимости от стратегии образовательной социализации

Выбор учреждения дополнительного образования	Стратегии образовательной социализации (число респондентов, процент)		
	формирование культурного базиса	расширение возможностей	рационализация навыков
Рациональный	78,5	85,6	91,9
Случайный	21,5	14,4	8,1
Всего	100	100	100

Таблица 6. Индексы сравнительной значимости задач образовательной социализации

Задачи образовательной социализации	Значение индекса сравнительной значимости задач образовательной социализации			
	В целом	Реализующиеся стратегии образовательной социализации		
		формирование культурного базиса	расширение возможностей	рационализация навыков
Занять свободное время ребенка	4,16	4,29	3,99	4,40
Помочь приобрести профессиональные знания и навыки	3,66	4,03	3,90	2,73
Расширить кругозор	3,06	2,50	3,29	3,62
Сформировать круг друзей	4,59	4,65	4,29	4,81
Научить общаться с другими детьми	4,22	4,26	4,07	4,46
Выявить и развить таланты ребенка	3,12	3,01	3,34	3,89
Приобщить ребенка к здоровому образу жизни и спорту	3,94	3,94	3,88	4,11

Примечание. 1 — максимальная значимость; 7 — минимальная значимость

Для более полного понимания стратегий образовательной социализации реализуем оценку сравнительной значимости задач, которые семьи ставят перед системой дополнительного образования в ситуации комбинирования нескольких образовательных целей.

Задачами, в разной степени влияющими на обращение к образовательным и культурно-досуговым услугам, являются:

- занять свободное время ребенка;
- помочь приобрести профессиональные знания и навыки;
- расширить кругозор;
- сформировать круг друзей;
- научить общаться с другими детьми;
- выявить и развить таланты ребенка;
- приобщить ребенка к здоровому образу жизни и спорту.

Индекс значимости показывает, насколько задача сравнительно важна при обращении к системе образовательных и досугово-культурных услуг. Минимальное значение индекса иллюстрирует приоритетность задачи. Максимальное значение индекса показывает минимальную актуализацию задачи, по сравнению с другими.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Результаты проведенного анализа показали, что обращение к системе дополнительного образования актуализируется в контексте решения задачи воспроизводства образовательного потенциала — дополнительные занятия чаще всего посещают дети из семей, в которых хотя бы один из родителей имеет высшее образование. Это преимущественно семьи с достатком средним и выше среднего, в которых проживают один, реже два ребенка.

Система учреждений рассматриваемого уровня в значительной степени отвечает запросам актуальных потребителей. Выбор учреждений делают в первую очередь, исходя из их территориального расположения, а также ориентируясь на отзывы знакомых. Самыми популярными видами занятий

являются музыкальные и художественные, также большая доля детей занимается спортом. Максимизируя полезность образовательной подготовки детей, их часто водят на разные занятия (как в единственное, так и в несколько учебных заведений) или дополняют институциональную образовательную подготовку индивидуальными занятиями с педагогами.

Наиболее распространенными стратегиями формирования базиса образовательной социализации детей в системе образовательных и культурно-досуговых учреждений являются:

- формирование культурного базиса — немногим более 40%
- расширение возможностей — около 30%;
- рационализация навыков — порядка четверти потребителей.

Стратегию «формирования культурного базиса» наиболее активно практикуют семьи, оценивающие собственный уровень материальной обеспеченности сравнительно высокими значениями, имеющие высокий образовательный потенциал, актуализирующие социализацию детей-дошкольников. Стратегия «расширение возможностей» в большей степени характерна для домохозяйств сравнительно низкого образовательного уровня, а также оценивающих уровень материальной обеспеченности средними и ниже среднего значениями шкалы; включенность школьников и дошкольников равновероятна. Стратегия «рационализации навыков» в большей степени присуща семьям, в которых хотя бы один из родителей имеет высшее образование; данная стратегия в кардинально большей степени присуща школьникам, по сравнению с дошкольниками. Базис образовательной социализации во многом определяет алгоритм выбора учреждения — в случае формирования культурного базиса случайный нерациональный выбор существенно более вероятен.

Потенциал повышения эффективности деятельности данной образовательной ступени лежит в сфере двух взаимодополняющих направлений. Во-первых, это сокращение «лакун неполной удовлетворенности» фактических потребителей, то есть развитие и реновация инфраструктуры. Во-вторых, удовлетворение ожиданий потенциальных потребителей услуг и снижение существующих в настоящее время материальных, статусных, инфраструктурных «барьеров доступности».

ЛИТЕРАТУРА

Аврамова Е. М. и др. Образовательные ресурсы домохозяйств: коллективная монография. М.: М—Студио, 2008.

Логинов Д. М. Оценка образовательного потенциала семьи. // Материалы Второго российского конгресса «Мир семьи». М.: Фонд «Мир семьи», 2001. С. 198.