

Исследование отношения потребителей к учебным кружкам: результаты фокус-групп

Наталья Рябова

Наталья Рябова — магистр бизнес-администрирования, менеджер образовательных программ общественного объединения “Экодом”.

e-mail: ecodomik@tut.by



Отношение к концепции учебного кружка как формы образования взрослых

Выяснилось, что реакции на концепцию учебного кружка в основном зависели от возраста и профессионального опыта респондентов. Так, в обоих “молодежных” фокус-группах студенты вузов и колледжей положительно отреагировали на концепцию учебного кружка или клуба по интересам. Большинство из участников этих фокус-групп считают форму учебного кружка приемлемой формой совместной реализации интересов молодежи. Некоторые из участников имеют опыт участия в таких кружках (музыкальная группа и студия фотолюбителей). Респонденты отметили, что преимуществом этой формы образования является самостоятельность участников и широкие возможности выбора темы, продолжительности и периодичности встреч. Были высказаны мысли, что название “клуб по интересам” больше соответствует сути этих совместных занятий, чем “учебный кружок”. Реакции “взрослых” участников фокус-групп зависели от их профессионального опыта: так, в группе с участием преподавателей центров внешкольной работы респонденты положительно восприняли идею “переноса” формы учебного кружка из сферы работы с детьми в сферу образования взрослых; в группе, участниками которой были люди среднего возраста различных профессий, наблюдалось скептическое отношение к кружкам. Большинство респондентов из этой группы высказывало или согласилось с мнением, что форма учебного кружка подходит только для неработающих людей (пенсионеров, домохозяек), и что мотивацией для посещения кружка взрослым человеком может являться скорее общение или реализация хобби, чем обучение или образование.

В качестве примера приведем следующие высказывания:

- *Не вполне понятно, для чего взрослым людям нужно собираться в такие кружки, если можно сходить на курсы. Я думаю, что работающие люди вряд ли найдут время для того, чтобы посещать такие занятия. Скорее, это для пенсионеров, домохозяек.*

Качественное исследование мнений потребителей было проведено автором в сентябре — октябре 2006 года в рамках более обширного маркетингового исследования, результаты которого опубликованы в одном из предыдущих номеров “Адукатара”¹.

Качественное исследование проводилось методом фокус-групп и было направлено на изучение отношения молодежи и работающих людей среднего возраста к такой форме обучения, как учебные кружки. Учебные кружки как тема для опроса была выбрана потому, что развитие этой новой для Беларуси формы образования взрослых является одним из приоритетов организаций неформального образования (АГА).

Для анализа результатов опроса по теме “учебные кружки” использовались протоколы следующих фокус-групп:

- две фокус-группы, обсуждение в которых было полностью посвящено этой теме; состав участников этих групп различался: 1) преподаватели центров внешкольной работы; 2) взрослые люди среднего возраста разных профессий;
- две фокус-группы с представителями учащейся молодежи (в данном случае в более обширную дискуссию о неформальном образовании были включены вопросы об учебных кружках).

Ниже представлены результаты анализа ответов респондентов по основным вопросам дискуссии.

¹ Рябова Н. Исследование осведомленности и предпочтений потребителей услуг неформального образования // Адукатар. №3 (9), 2006. — С. 30–35.



- Я тоже так считаю. Я вряд ли нашел бы время для того, чтобы посещать такие кружки.
- Может, для детей, молодежи или пожилых людей это и хорошая форма проводить время, но для работающих людей вряд ли.

Для сравнения приведем высказывания участников фокус-группы педагогов:

Вопрос: Как вам кажется, легко ли привлечь участников в учебный кружок и удержать их интерес во время занятий?

Ответы:

- Я думаю, что это вполне реально. Нужно просто найти людей, которым это интересно.
- Я тоже думаю, что заинтересованных в этом людей найти не так сложно. Мы по роду профессии ходим и набираем детей в кружки, и на каждую заявленную тему находят дети, которых эта тема интересует. То же самое и со взрослыми людьми. Наверно, есть какая-то специфика и отличия, но принцип один и тот же — разных людей интересуют разные темы. Кроме того, всегда можно чем-то заинтересовать. Если просто сказать "экология", это одно, а если говорить о здоровых продуктах питания для детей или о домашней экономии — то это другое.
- Я думаю, что многие даже из моих знакомых согласились бы стать участниками таких экогрупп или кружков.
- Мне кажется, что многие люди заинтересуются такими встречами по интересам, где можно что-то вместе обсудить, беседовать, общаться... Я думаю, что проблем с набором участников не будет, когда люди начнут рекомендовать кружки своим знакомым. Это интересное и полезное времяпрепровождение.
- Да, я думаю, что в такие клубы и кружки люди собираются не потому, что людям нечего делать, а потому, что есть такая потребность — вместе встречаться и обсуждать интересующие темы.

Отношение к представленным рекламным материалам (буклеты, мультимедиа-презентация)

Большинство респондентов выразили положительное отношение к представленным рекламным материалам. Респонденты отмечали, что описание учебных кружков в буклете понятное, темы кружков интересные и многие из них кажутся для них привлекательными, форма проведения занятий тоже представляется интересной и необычной. Самое интересное в буклете и презентации, по словам респондентов, — разнообразие представленных тем учебных кружков.

На вопрос модератора, понятно ли, в чем отличие учебных кружков от других форм образовательных мероприятий (семинаров, курсов, тренингов), респонденты отвечали утвердительно, некоторые из них давали развернутые ответы, например:

- Я думаю, что под названием "учебный кружок" может скрываться все, что угодно — любая форма занятий и любая тема, для людей любого возраста.
- Я так понял, что они все делают сами в этом кружке — выбирают тему, готовят материалы и т.д. Участники встречаются, когда сами договариваются об этом. А на курсах или семинарах все заранее запланировано, и преподаватель дает готовый материал.
- Мне кажется, что это больше для того, чтобы пообщаться, чем для обучения.

Были высказаны следующие критические замечания по поводу буклета и презентации:

- Мне показалось, что в буклете слишком длинное описание всего этого, я, честно говоря, не дочитал до конца.
- Презентация была понятная, может быть, немного затянутая и официальная. Было бы интереснее, если бы там были фотографии, описание того, как проходят кружки, отзывы участников.
- Не очень понятно было про Швецию, потому что у нас тоже есть кружки, и эта форма не такая уж новая.
- Буклет не вызывает особенного интереса, потому что очень много рассказывается про кружки, про Швецию, и непонятно главное — где и когда проходят занятия и по какой именно теме.

Отношение к названию "учебные кружки"

Большинство респондентов считают, что название "учебные кружки" не очень удачно, так как вызывает стойкую ассоциацию с внешкольными кружками для детей. Название "клуб по интересам" респонденты считают более удачным, хотя, по их мнению, оно не совсем верно описывает суть учебного кружка. В целом респонденты склоняются к мысли, что название не очень принципиально, потому что потребители быстро привыкают к любым названиям, если им нравится сам продукт.

Приведем пример такой дискуссии:

- Может, к этому надо привыкнуть, но на первый взгляд как-то не очень привлекательно.
- Слово "кружок" действительно очень сильно ассоциируется с внешкольной работой, и особенно со всяким плетением из соломки.
- Да, клуб больше подходит.
- Хотя, мне кажется, что клуб — это тоже что-то другое. Здесь форма отличается.
- Я думаю, что может и не стоит цепляться к словам, если разрекламировать эти кружки, то люди привыкнут. Только как-то слово "учебный" не очень сюда подходит.
- Хотя и кружки, и группы, это тоже неплохо, главное, чтобы люди начали ходить в эти кружки, рекомендовать знакомым — тогда все привыкнут к этому.

Характерно, что почти все респонденты отрицательно отреагировали на использование словосочетаний "шведский кружок", "скандинавский кружок".

Пример: "Вообще непонятно, причем здесь Швеция. Ведь не все же увидят эту презентацию, и каждому не объяснишь, что к нам это пришло из Швеции, и поэтому кружок называется шведским. Тем более, что у нас издавна существуют кружки для школьников."

Наиболее интересующие респондентов темы

Во всех фокус-группах респонденты проявляли интерес к темам "отношения в семье", "осознанное родительство", "отношения между мужчиной и женщиной", "культура питания", "здоровье". Некоторые из респондентов говорили, что "все перечисленное в буклете интересно" для них. Молодые люди часто отмечали тему "творчество". Респонденты высказывали мысль, что темой учебного кружка может стать любое хобби. Мужчины проявляли интерес к "практическим" темам,



когда участники кружка собираются для того, чтобы не изучать, а делать что-то вместе (темы могут быть связаны с техникой, строительством и т.д.).

Пример:

- Я думаю, что тема “практический ремонт” могла бы быть очень интересной для многих людей: сначала участники обсуждают недорогие способы ремонта, дизайна, а потом по очереди делают друг у друга ремонт.
- Да, талак. Раньше так дома строили. Очень хороший способ, сейчас уже так не делают. Вот если бы такие кружки — чтобы вместе что-то делать друг для друга, то это было бы очень интересно.

Мотивация участия в учебных кружках

Были названы следующие факторы, которые могут повлиять на появление мотивации для участия в образовательных мероприятиях:

интересная и/или полезная тема кружка; увлеченность и рекомендации человека, который приглашает в кружок; практическая применимость знаний или навыков, полученных в кружке.

Что важнее — тема или атмосфера кружка, общение?

Почти все респонденты высказали или согласились с мнением, что для них важнее тема учебного кружка, чем его атмосфера и общение с новыми или, наоборот, знакомыми людьми.

В качестве примера приведем фрагмент дискуссии в группе (люди среднего возраста, разных профессий):

- Я думаю, что если все это в свободное время, по вечерам или выходным, то тратить время просто на общение жалко. Для меня важна прежде всего тема.
- Я бы согласился ходить в кружок даже с незнакомыми людьми, если тема для меня интересна. В общем, я не вижу большой разницы между курсами и кружками. Если бы я убедился, что посещение кружка полезно для меня, я бы ходил туда.
- Я тоже думаю, что главное — тема, а общение второстепенно.

Все остальные участники соглашались.

Модератор: Вы видели, что в рекламных материалах спокойной и дружелюбной атмосфере кружка придается особое значение. Правильно ли я понимаю, что для вас это не так важно?

- Хорошо, когда есть такая атмосфера. Но кроме нее еще что-то должно быть.
- Я именно про это говорила в начале, что это больше для пенсионеров и домохозяек. Потому что если человек не работает, он стремится к такому общению и обсуждениям в приятной атмосфере. Для людей среднего возраста, которые работают, главное — цель встреч, а атмосфера создается как бы сама собой. Конечно, когда ты приходишь на учебу по расписанию и распорядку — это одно, а то, что мы говорим сейчас про кружки — это другое. Но даже когда можно учиться чему-нибудь без напряжения и в приятной атмосфере, все равно важно, чему учиться.

Предпочитаемый способ приглашения или информирования о кружках

Большинство респондентов считает, что рекомендации знакомых — это наилучший способ приглашения в кружки. Часть респондентов считает, что реклама учебных кружков тоже может быть полезной, но в случае, если рекламируется не сам учебный кружок как форма образовательного мероприятия, а его тема. Некоторые респонденты считают презентации приемлемым способом рекламы и приглашения участников в кружок.



Пример:

- Такие вот презентации, как Вы делали, могут тоже привлечь людей. Если рассказать и показать, как это все происходит, то можно тут же на месте и записываться в этот кружок.
- Ну, да, разные есть люди, активные, которые везде записываются. Другие вообще никогда никуда не ходят и ничем не интересуются. Все-таки, я считаю, кружок — это для активных людей.

Отношение к роли лидера кружка

Вопрос о роли лидера кружка задавался только в фокус-группах с работающими людьми среднего возраста. Все респонденты считают, что лучше, если лидер будет экспертом в области заявленной на кружке темы. На уточняющие вопросы респонденты отвечали следующим образом:

- Мне кажется, это будет полезнее для участников.
- Если вообще никто ничего не знает по этой теме, то как они будут ее изучать?
- Может и можно так изучать, но все равно со специалистом интереснее.
- Я бы не хотел ходить в группу, где никто ничего не знает по этому вопросу. Такие кружки создаются для обмена опытом, значит, опыт должен быть хотя бы у кого-то.
- Я думаю, что нужен преподаватель.

Два респондента высказали мысль, что могут быть кружки и с одинаковым уровнем подготовки участников, но это больше относится к творческим или техническим кружкам, или к клубам коллекционеров/профессиональным клубам, а для обучающих кружков все равно нужен преподаватель.

Продолжительность и периодичность встреч

Предпочтения респондентов, касающиеся времени и периодичности встреч, зависели от их занятости и семейного положения — некоторые предпочитали вечерние занятия два-три раза в неделю, другие выбирали выходные. Большинство респондентов высказывало или согласилось с мнением, что продолжительность цикла занятий учебного кружка зависит от темы и обстоятельств:

- Я думаю, что продолжительность может зависеть от обстоятельств — если тема заинтересовала, и группа хочет встречаться, то они могут и три года собираться, и все время будут находить что-то новое по этой теме. А некоторые вопросы можно быстро исчерпать, или просто людям надоест ходить — всякое бывает. Чем больше будет таких кружков, тем больше среди них будет появляться удачных форм и тем, а если что-то отсеивается или не получается — это не страшно.
- Продолжительность встреч, наверно, зависит от темы. Если изучается какая-то тема, или иностранный язык, то тогда это занимает какой-то период времени, и нужно встречаться чаще. Если же речь идет о хобби, то тогда такие встречи могут продолжаться сколько угодно долго и с какой угодно участникам регулярностью — как они договорятся сами. Лично я не могу найти времени на обучение или хобби — только в случае необходимости я посещаю курсы.

Отношение к оплате за кружки

Почти все респонденты высказали или согласились с мнением, что учебные кружки должны быть бесплатными. Респонденты согласились также с тем, что участники учебных кружков могут оплачивать расходы на необходимые для работы кружка материалы или аренду помещения, но не за само обучение. Характерно следующее высказывание:

- Насколько я понимаю, главная особенность этих кружков заключается в том, что они бесплатные и их можно организовать своими силами.

Тем не менее, несколько респондентов в группе педагогов сказали, что они согласились бы платить за некоторые темы (например, иностранный язык, или психология взаимоотношений), или в случае, если требуется небольшая оплата посещения кружка для ребенка.

В группе с людьми среднего возраста разных профессий все респонденты сказали, что они не стали бы платить за обучение в учебном кружке, хотя несколько респондентов согласились, что в принципе могут быть такие темы и формы кружков, когда оплата возможна.

Заключение

Наиболее важные выводы и рекомендации, которые можно сделать по результатам проведенных фокус-групп, заключаются в следующем:

1. Учебные кружки, как и другие мероприятия неформального и особенно гражданского образования, нуждаются в более активном продвижении. Организации, практикующие метод учебного кружка, могут более активно предлагать больший спектр тем, отличающихся доступностью и привлекательностью формулировки, а также практичностью.
2. Наиболее приемлемой формой получения информации об учебных кружках, которая может повлиять на их решение, респонденты считают рекомендации знакомых.

3. Респонденты также положительно относятся к продвижению формы учебного кружка через рекламу, при условии, что рекламироваться будет тема, а не форма проведения занятий. Поэтому необходимо строить рекламные и информационные сообщения, подчеркивающие привлекательность или новизну темы конкретного мероприятия, а не учебных кружков как таковых.

4. В ходе качественного исследования были выявлены существенные различия между отношением к форме учебного кружка между группой педагогов внешкольных центров и группой взрослых людей среднего возраста разных профессий. В то время как респонденты-педагоги считают форму учебного кружка вполне приемлемой для образования взрослых, респонденты других профессий проявляют скептическое отношение к учебным кружкам. Рекомендуется проведение дальнейших качественных исследований (интервью или фокус-группы), в основе которых может лежать следующая гипотеза: **Руководители внешкольных кружков для детей могут успешно переносить опыт набора участников и работы в качестве лидера учебного кружка с “взрослыми” группами.**

5. В ходе качественного исследования было выявлено, что работающие люди среднего возраста скептически относятся к форме учебного кружка. По словам респондентов, они считают эту форму подходящей скорее для молодежи и неработающих взрослых (пенсионеры, домохозяйки).

6. Практичность является одним из важнейших критериев выбора темы учебного кружка для взрослых работающих людей. Под практичностью можно понимать возможность применения полученных знаний и навыков в жизни, а также сам характер занятий (не изучать, а делать что-то вместе).

7. Учащаяся молодежь испытывает определенный дефицит “площадок” для совместной реализации интересов и положительно относится к такой форме образования, как учебные кружки и клубы по интересам. Эти данные могут послужить основанием для рекомендации активнее использовать данную форму образования для этой целевой группы.

8. Название “учебный кружок” большинство респондентов считают не вполне привлекательным, хотя полагают, что это не является препятствием для продвижения и развития этого метода в Беларуси. Название “клуб по интересам” кажется большинству респондентов более привлекательным.

9. Отношение взрослых респондентов к роли лидера кружка показывает, что демократический характер организации процесса обучения в учебном кружке пока кажется потребителю недостаточно привлекательным. Взрослые респонденты ожидают от лидера кружка экспертных качеств, видят его в роли преподавателя.

10. Молодежь, напротив, видит преимущества учебного кружка или клуба по интересам в том, что участники самостоятельно могут определять тему, форму и периодичность встреч.

11. В ходе фокус-групп было выявлено, что респонденты выражают неготовность платить за эти образовательные услуги, хотя более подробное обсуждение этой темы приводит к их согласию с тем, что за некоторые темы (повышение квалификации, иностранные языки и т.д.) оплата может быть целесообразной. Респонденты согласны нести расходы по организации встреч учебного кружка (аренда помещения, кофе-паузы, учебные материалы). Исходя из этого, можно рекомендовать организациям индивидуально подходить к разработке стратегии продвижения учебных кружков или клубов по интересам на платной основе, учитывая особенности целевых групп и тематику кружка.