

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ СОЗДАНИЯ КЛУБНОГО ФОРМИРОВАНИЯ «ШКОЛА ВЕЛИКИХ КНИГ» КАК СРЕДСТВА ИНФОРМАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ В РОССИИ

Бродовская А.Ю., Домбровская А.Ю.

ФГБОУ ВПО «Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова», Москва, Россия (109240, Москва, ул. Верхняя Радищевская, д.16-18), e-mail: an-doc@yandex.ru

В статье описывается методика социологического сопровождения решения прикладной задачи – обоснования технологии создания клубного формирования. Обосновывается эмпирическая модель исследования, включающая киберметрический анализ, экспертное интервью, фокусированное интервью и скрининговый опрос. Представлены основные результаты каждого из заявленных методов сбора и анализа данных. Формулируются основные практические рекомендации по созданию и функционированию клубного формирования «Школа великих книг» как средства информального образования взрослых. Обосновывается необходимость социологического сопровождения формирования клуба с применением сетевых Интернет-технологий. Представлена выявленная в результате экспертного интервью база книг как инструментальная основа ведения клубного формирования «Школа великих книг». Обоснованы рекомендации по формированию состава и технологическим аспектам ведения данного клуба. Приводятся результаты исследования эффектов участия в клубном формировании «Школа великих книг».

Ключевые слова: информальное образование, клубное формирование, социологическое исследование, киберметрический анализ, экспертное интервью, фокусированное групповое интервью, скрининговый опрос.

SOCIOLOGICAL SUPPORT CREATION CLUB FORMATION "SCHOOL OF GREAT BOOKS" AS A TOOL OF INFORMAL ADULT EDUCATION IN RUSSIA

Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Y.

Sholokhov Moscow State University for the Humanities, Moscow, Russia (109240, Moscow, Verhnyaya Radishevskaya, 16-18), e-mail: an-doc@yandex.ru

The article describes how sociological support applied problem - study the technology of club formation. Grounded empirical research model, including cybermetric analysis, expert interview, focused interview and screening survey. The main results of each of the claimed methods of data collection and analysis. Formulated the basic practical advice on the establishment and functioning of club formation "School of the great books" as a means of informal adult education. Need of sociological maintenance of formation of club with application of network Internet technologies locates. The base of books revealed as a result of expert interview as a tool basis of conducting club formation "School of great books" is presented. Recommendations about formation of structure and to technological aspects of maintaining this club are proved.

Keywords: informal education, club formation, sociological research, cybermetric analysis, expert interviews, a focused group interview, a screening survey.

Актуализация предмета исследования связана с необходимостью дальнейшего развития технологий и методов информального образования как значимого дополнения традиционной системы образования в целях соответствия потребностям современности и содействия развитию потенциальных возможностей человека. По общему убеждению ряда отечественных и зарубежных исследователей, современному человеку важно иметь возможность непрерывного общекультурного образования, постоянного повышения своего социально-культурного статуса как способа соответствовать реалиям сегодняшнего дня (С.Г. Вершловский [1], Ж.И. Иконникова [2], Д. Москвин [3], О.В. Павлова [4], Н.В. Чекалева [5], А. Cedefop [6], К. Watkins [7] и др.).

Идея клубного формирования «Школа великих книг» как средства неформального образования связана с созданием условий для удовлетворения информационных и духовных потребностей людей, объединенных вокруг разговоров о значимых жизненных вопросах и поиска ответов на них в книгах.

Основная цель предпринимаемого исследования состояла в обосновании технологии создания данного клубного формирования. Наиболее важная поисковая проблема состояла в обосновании определенного перечня изданий (книг), которые должны были служить содержательным фундаментом работы этого клуба.

Методика исследования. Для решения поставленной проблемы авторским коллективом была разработана эмпирическая модель исследования, включающая 3 метода сбора и анализа данных:

- киберметрия духовных ориентиров россиян;
- экспертное интервью со специалистами в сфере современной публицистики;
- фокусированное групповое интервью с взрослым населением;
- скрининговый опрос потенциальных посетителей клубного формирования.

Каждый метод решал определенную задачу и способствовал достижению основной цели исследования. Рассмотрим подробнее каждый из указанных методов, составляющих авторскую эмпирическую модель обоснования технологии создания клубного формирования «Школа великих книг».

Киберметрия как контент-анализ Интернет-пространства была ориентирована на выявление наиболее часто упоминаемых в Рунете жизненных вопросов, которые были сопоставлены с определенными ценностями, духовными ориентирами россиян.

В процессе киберметрии были использованы поисковые возможности Google, Yandex, Rambler и онлайн Интернет-сервиса для мониторинга социальных медиа IQBuzz. Были запрошены наиболее часто задаваемые пользователями Рунета вопросы. В результате сформировался список из 137 актуальных жизненных проблем. Далее этот перечень был перегруппирован за счет укрупнения жизненных ориентиров в 20 групп ценностных вопросов (см. табл. 1). Таким образом, мы выявили 20 основных сфер, которые следует рассматривать как содержательную основу работы клубного формирования. Поскольку замысел изучаемой технологии неформального самообразования заключается в общении на основе книг, следующим этапом был экспертный опрос, позволивший выявить конкретные издания, служащие наиболее глубоким, толковым и доступно изложенным ответом на значимые для россиян вопросы.

Были отобраны четыре группы экспертов:

- публичные лекторы проекта «Академия» канала «Культура» (всего 20 человек);

- редакторы книжных издательств Москвы (издательства, специализирующиеся на выпуске книг по популярной психологии) (всего 15 человек);
- «вузовская элита» – наиболее эрудированные и популярные в студенческой среде преподаватели российских вузов (по внутривузовскому рейтингу) (МГУ им. Ломоносова, МГГУ им. Шолохова) (всего 80 человек);
- медийные авторитетные (эрудированные) лица (члены клуба «Что? Где? Когда?», писатели, психологи, ведущие познавательных программ») (всего 30 человек).

Экспертам задано три вопроса:

- какие книги Вы считаете наиболее значимыми, способными оказать влияние на людей, их поведение, мировоззрение, отношение к окружающим?
- какие книги из числа названных Вы считаете наиболее востребованными, доступными в изложении и способными представить привычные вещи по-другому, иначе, без стереотипов?
- на какие из представленного списка вопросов отвечают названные Вами книги?

В итоговый список помещены книги, повторяемые в ответах 5 и более экспертов.

Таблица 1

**Список книг, отвечающих на значимые вопросы россиян
(результаты экспертного опроса)**

Наиболее значимые жизненные вопросы	Наиболее значимые (глубокие, содержательные) книги
Почему мы кричим (проявляем агрессию)?	Ханна Арендт «Банальность дня» Виктор Франкл «Скажи жизни “ДА”». Альберт Эйнштейн «Мир, каким я его вижу» Конрад Лоуренц «Агрессия так называемое зло» Роберт Бэрон, Дебора Ричардсон «Агрессия» Дэниел Гоулман «Эмоциональный интеллект»
Почему люди не держат своё слово, почему нарушаются договоры?	Эрик Берн «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры» Пол Экман «Психология лжи»
Что дети думают о нас? Как воспринимают наши слова и поступки? Как воспитывать детей?	Масару Ибука «Как воспитывать детей» Леви В. «Новый нестандартный ребенок» Эрик Берн «Люди, которые играют в игры» Анна Кашина «Детская злость» Жан Пиаже «Речь и мышление ребенка» Душа вашего ребенка / сост. М. Нефедова Стив Биддалф «Не сажайте детей в холодильник»
Что такое семья сегодня? Возможна ли семья без принуждения, насилия, эксплуатации, запретов?	Григорий Кваша «Векторное кольцо» Алан Пиз «Почему мужчины хотят секса, а женщины любви» Джон Грей «Мужчины с Марса, женщины с Венеры»

Почему мы злые или добрые. Можно ли быть добрым и успешным одновременно?	Роберт Райт «Моральное животное» Ханна Арендт «Банальность дня» Альфред Адлер «Понять природу человека»
Что такое успех? Кто решает, кого считать успешным? Почему одни считаются успешными, другие – нет?	Питер Бергер, Томас Лукман «Социальное конструирование реальности» Бодо Шефер «Законы победителей» Генри Форд «Моя жизнь, мои достижения» Эрик Берн «Игры, в которые играют люди» Макс Вебер «Протестантская этика и дух капитализма»
Что такое любовь? Как построить любовь?	Мастерс и Джонсон «О любви и сексе» Джон Грей «Мужчины с Марса, женщины с Венеры» Робин Норвуд «Как преодолеть любовную зависимость»
Что такое язык? Как создать свой язык и изменить свое сознание? Как, заменяя слова на другие, можно решать проблемы?	Джордж Лакофф, Марк Джонсон «Метафоры, которыми мы живем» Мортимер Адлер «Искусство говорить и слушать» Джордж Оруэлл «Политика и английский язык» Дерек Бикертон «Язык Адама» С. Пинкер «Язык как инстинкт» Мелвин Брэгг «Приключения английского языка» Дмитрий Чернышев «Как люди думают»
Почему мы покупаем вещи, услуги и можно ли без этого обойтись? Почему вещи, услуги стоят столько-то. Как образуется цена?	Маршалл Маклюен «Понимание медиа» Карл Ясперс «Призрак толпы» Жан Бодрийяр «Система вещей» Жан Бодрийяр «Общество потребления» Наоми Кляйн «Nologo»
Что такое болезни? Как их лечить? Откуда берутся болезни и что делать, чтобы не болеть?	Кобо Абэ «Человек ящик» Рудигер Дальке «Болезнь как путь» Луиза Хей «Исцели свою жизнь» С. Мукерджи «Царь всех болезней. Биография рака»
Откуда берутся депрессии? Как их избежать?	Александр Лоуэн «Депрессия и тело» Джонатан Херринг «Что делать, когда не знаешь, что делать»

После получения списка книг, составляющих содержательный фундамент общения в процессе ведения клубного формирования, было необходимо обосновать технологические основы организации данного метода информального самообразования.

Для этого были проведены 6 фокусированных групповых интервью с разновозрастными группами (по 2 группы по 10 человек в возрасте 26–35 лет, 36–45 лет, 46 лет и старше) с применением стимульного материала (видеокалип о клубе «Школа великих книг») в г. Москве. Логика гайда включала следующий перечень вопросов:

- предпочитаемые формы досуга, самовоспроизводства и саморазвития;
- отношение к участию в работе клубных формирований как форме самообразования;
- готовность к участию в работе клуба «Школа великих книг»;

- установки и ожидания от участия в клубном формировании.

Кроме того, для выявления социально-демографического портрета целевой аудитории, наиболее заинтересованной и нуждающейся в участии в работе клуба «Школа великих книг», был проведен скрининговый опрос (содержащий вопросы на основные социальные статусы и роли) 120 потенциальных посетителей данного клуба, проходящих на открытие групп. В результате анализа данных этих двух форм опросных методик были сформулированы рекомендации по развитию образовательной инициативы

Характеризуя целевую аудиторию, на которую следует ориентироваться в процессе формирования клуба, отметим, что это, прежде всего, неженатые мужчины и незамужние женщины в возрасте 26–35 (чуть реже 36–45 лет) с высшим образованием, доходом выше среднего, чаще всего, занятые в сфере офисной работы и желанием профессионального и карьерного продвижения.

Мотивацию участия в клубе следует основывать на таких аргументах, как возможность повышения кругозора, знакомство с новыми людьми и интересное общение.

Наиболее эффективным способом информирования населения о работе в рассматриваемых клубных формированиях являются социальные сети.

Таким образом, потенциальная целевая аудитория проекта очерчена группой лиц до 35 лет, ориентированных на самообразование и желание познакомиться с новыми людьми в «интересном формате общения». Это довольно многочисленная социальная группа, представители которой станут участниками клуба при условии:

- их информирования о существовании «Школы великих книг» (социальные сети, «сарафанное радио» участников);
- желания и готовности включиться в предлагаемый формат общения.

Главный ресурс расширения аудитории проекта – социальные контакты участников клуба.

Ставка в информировании о клубе может делаться на два выявленных обстоятельства:

- потребность людей в расширении социальных связей и неготовность обращаться в службы знакомств или клубы при государственных учреждениях культуры;
- потребность людей в решении личностных проблем и неготовность признать себя «нуждающимися в психологической помощи», а потому нежелание участвовать в группах личностного роста или обращаться за психологической консультацией.

В этой связи образовательная инициатива «Школа великих книг» является привлекательной альтернативой реализации указанных потребностей.

Данные фокусированного группового интервью позволили сконструировать смысловые акценты, которые целесообразно сформировать в процессе информирования

населения о деятельности клуба. Во-первых, стремление респондентов к осознанию собственной значимости и исключительности свидетельствует о том, что важно создать эффект закрытости группы, чтобы у человека появилось ощущение избранности в том случае, если он стал участником клуба.

Эффективными для формирования интереса к клубу может быть и такой фрагмент фокус-группы, в котором участница клуба рассказывает о своем отношении к «Школе великих книг»:

«До этого я не была собой, я не жила. С приходом сюда всё изменилось – началась другая жизнь, я обрела себя... Своей подруге я сказала: «Это то, что тебе нужно!»

Или

«Если разбирать проект «Школа великих книг», то я бы сказал, что это один из передовых проектов сегодня. Аналогов я действительно больше не знаю. Самый крутой и самый долгосрочный проект, который очень полезен и тем людям, которые в нем участвуют и ...в целом обществу. Очень хороший способ развития молодого человека, развития мышления, работе в команде, понимаю ее устройства».

Такие и подобные искренние высказывания о клубе необходимо записывать и использовать в ходе работы со страничкой клуба в социальных сетях.

Еще одно смысловое поле, которое было бы эффективно в тексте рекламы – акцент на возможность познакомиться с новыми интересными людьми, разнообразить и украсить свою жизнь увлекательным общением. В ходе исследования выявилась общность, для которой общение, знакомства, новые связи оказались не менее важными, чем разговор о великих книгах. Речь идет чаще всего о женщинах 26+, приехавших в Москву вслед за мужьями и нуждающихся в формировании круга общения.

Говоря о подборе (формировании) групп, согласно ответам участников фокус-групп, для них очень важно иметь возможность общаться в группе с людьми, как противоположного пола, так и с людьми разного возраста, рода занятий, социального положения. Помимо разнородности состава важно предоставлять участникам возможность познакомиться и пообщаться «перекрестно», с людьми из других групп.

Таким образом, применение эмпирической модели, включающей киберметрию, экспертное интервью, фокусированное групповое интервью и скрининговый опрос, позволило обосновать:

- проблемное поле общения в процессе работы клуба, основанное на значимых жизненных вопросах посетителей;
- содержательную основу работы клубного формирования – перечень наиболее глубоких и доступно излагающих ответы на важные жизненные вопросы участников;

- типичный социально-демографический и ценностный портрет целевой аудитории клубного формирования;
- специальные техники ведения клуба.

Статья подготовлена при поддержке Федерального агентства по науке и технологиям Министерства науки и образования в рамках выполнения государственного задания на тему «Разработка и апробация организационно-методических моделей и технологий сопровождения информального самообразования взрослых на основе комплексного анализа духовных потребностей различных возрастных и гендерных групп взрослого населения России» (ТЗ 12.9220.2014).

Список литературы

1. Вершловский С.Г. Непрерывное образование как фактор социализации // Общество «Знание» России: [электронный ресурс]: http://www.znanie.org/jornal/n1_01/nepreiv_obraz.html (дата обращения: 25.06.2014).
2. Иконникова Ж.И. Включение информального образования в жизненные стратегии взрослых [электронный ресурс]: <http://nsportal.ru/vuz/pedagogicheskie-nauki/library/2014/06/17/vklyuchenie-informalnogo-obrazovaniya-v-zhiznennye> (дата обращения: 20.07.2014).
3. Москвин Д. Перспективы развития неформального и информального образования в России [Электронный ресурс]: <http://dmitry-moskvin.livejournal.com/298825.html> (дата обращения 19.08.2014).
4. Павлова О.В. Информальное образование и жизненные стратегии // Человек и образование. 2011. № 4. Ройтблат О. В. Неформальное образование в системе повышения квалификации в условиях трансформации педагогической профессии. Мир науки, культуры, образования. 2011. № 2 (27). С.127.
5. Чекалева Н.В., Ройтблат О.В., Суртаева Н.Н. Отношение к процессу интеграции формального, неформального и информального образования взрослых. [Электронный ресурс] <http://www.emissia.org/offline/2012/1755.htm>. (дата обращения 10.05.2014).
6. Cedefop A. Terminology of vocational training policy [Электронный ресурс]: – A multilingual Glossary for an enlarged Europe <http://www.ecotec.com/europeaninventory/glossary.html#i> (дата обращения: 08.02.2014).
7. Watkins K., Marsick, V. Informal and Incidental Learning in the Workplace. London, 1990.

Рецензенты:

Грачев М.Н., д.пол.н., профессор кафедры политологии и социологии ФГБОУ ВПО «Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова»,

г. Москва;

Авдонин В.С., д.пол.н., профессор кафедры политологии и социологии ФГБОУ ВПО
«Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова»,
г. Москва.