

*Л. С. Илюшин,
А. А. Азбель,
И. В. Гладиборода
(Санкт-Петербург)*

ЛОЯЛЬНОСТЬ ШКОЛЕ В УСЛОВИЯХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ВЫБОРА

SCHOOL LOYALTY IN CONDITIONS OF EDUCATIONAL CHOICE

Статья посвящена проблеме эмоционально-ценностного отношения школьников 8-11 классов к целям, процессу и условиям школьного образования.

Проведенное исследование раскрывает характер поведения школьника в условиях образовательного выбора, который расценивается авторами как показатель уровня школьной лояльности.

Ключевые слова: лояльность школе, свободное время школьников, дополнительное образование, образовательный выбор.

The article is devoted to the problem of the emotional value-based attitude of schoolchildren to the goals, process and conditions of school education.

The character of the student's behavior in conditions of educational choice is regarded by the authors as an indicator of the level of school loyalty.

Key words: school loyalty, free time of schoolchildren, after school activities, educational choice.

В условиях современного образования огромную роль играет индивидуализация образовательного процесса, для которой характерна высокая степень свободы и самостоятельности как учащихся, так и учителей. Запросы общества и новые тенденции в образовании подводят всю систему к необходимости перемен. Но изменения в системе образования и его результатах возможны, если меняется качество учебной деятельности учащихся, которое во многом зависит от их отношения к этой деятельности [3].

Именно поэтому исследование отношения ученика к школе в условиях образовательного выбора и возможных перемен в общей системе образования представляется особо актуальным в настоящее время.

В качестве научного термина, характеризующего эмоционально-ценностное отношение ученика к своей школе, мы выбрали термин «лояльность».

В основе выполненного исследования лежит изучение взаимосвязи между тем, как ученик распоряжается своим свободным временем, и его лояльностью школе.

Основная проблематика исследования сформулирована в актуальных вопросах:

1. Влияет ли уровень лояльности школе на ценностные установки ученика относительно собственного образования?
2. В какой степени уровень лояльности влияет на уровень мотивации?
3. Есть ли связь между уровнем лояльности школе и активностью ученика в дополнительном образовании?
4. Влияет ли оценка достижений учащегося за пределами школы на уровень его лояльности школе?

Таким образом, вопрос о развитии положительных отношений между учеником и школой в контексте новых тенденций самообразования остается открытым. Учиты-

вая дефицит исследований в этой области, можем говорить об актуальности подобных исследований и их важности для развития современного общества.

Согласно этимологическому словарю Макса Фасмера «Лояльный – из франц. loyal от лат. lēgālis “законный”» [6]. Изначально слово «лояльность» употреблялось для описания отношений власти и народа. Со временем данный термин из политического лексикона также перешел в лексикон экономики и бизнеса.

Большинство научных работ посвящено изучению лояльности в области экономики, маркетинга, менеджмента, связей с общественностью, социологии [1, 2, 5, 7, 8, 9, 11].

Очевидно, что заимствование термина «лояльность» из сферы бизнеса при описании отношений участников образовательного процесса невозможно. Рассмотрим, как проблема лояльности исследуется в сфере образования.

В ходе анализа теоретического материала по изучаемой теме сформировалось два блока исследований. В первом блоке представлены отечественные исследования, во втором англоязычные. Все приведенные работы изучают лояльность в высших учебных заведениях и рассматривают лояльность с точки зрения конкурентного фактора в коммерческом поле сферы образования.

Наиболее показательной работой в блоке отечественных исследований является статья Ю. А. Шевченко, Н. А. Юрченко, А. П. Латкина (2012) [10], в которой делается акцент на том, что лояльность студентов к образовательным услугам вуза является важнейшим фактором обеспечения конкурентоспособности институтов и университетов.

Среди англоязычных работ можно отметить исследования уровня удовлетворенности и лояльности студентов австралийских университетов [14]. Robert M. Brown, Timothy William Mazzaro выявили важность влияния институционального имиджа учреждения на уровень лояльности и доверия студентов. Erik Nasset, Øyvind Helgesen (2009) проводили анализ лояльности нор-

вежских студентов [12]. Один из важных выводов исследования заключается в том, что качество образования оказывает наибольшее влияние на лояльность студентов. Ряд англоязычных исследований изучает проблему лояльности иностранных студентов. Исследование Yu-Chuan Chen (2015) рассматривает взаимосвязь между качеством отношений в среде иностранных студентов, их лояльностью и маркетинговой стратегией высших учебных заведений Тайваня [15]. Работа Hiep-Hung Pham, Sue Ling Lai (2016) основана на результатах опроса 252 вьетнамских студентов, обучающихся в 15 зарубежных странах, и направлена на выявление стратегии по привлечению студентов в высшие учебные заведения [13].

В работах вышеупомянутых исследователей не обнаружено четкого и полного определения лояльности ученика школе. Мы предлагаем собственное рабочее определение этого феномена: *школьная лояльность – эмоционально-ценностное отношение ученика к целям, процессу и условиям школьного образования, выражающееся в готовности субъекта принимать участие в школьной жизни и добровольно следовать ее нормам.*

Применительно к теме образовательного выбора школьника готовность субъекта принимать участие в школьной жизни следует понимать как готовность использовать ресурс собственного свободного времени.

Добровольное следование нормам школьной жизни также проявляется в характере распоряжения свободным временем. Выполнение домашнего задания, участие в дополнительных (необязательных) образовательных событиях, выбор программы дополнительного образования – примеры добровольного следования нормам школьной жизни, требующего затрат свободного времени.

Изучение образовательного выбора и свободного времени современного школьника являются важной частью нашего исследования. Образовательный выбор ученика в контексте непрерывного образования не должен ограничиваться территорией школы или другого учебного заведения, а также

образовательной программой. Это касается и выбора метода обучения. Один из набирающих популярность методов – перевернутый класс – предполагает максимальную самостоятельность и ответственность учащегося в условиях образовательного выбора. Перевернутый класс – метод смешанного обучения, при котором вся теоретическая и лекционная программа изучается дома, а в классе с учителем подробно разбираются задания и упражнения по теме [4].

По мнению О. Е. Лебедева (2017), важным показателем отношения учащихся к учебной деятельности является добросовестное выполнение домашнего задания [3].

Таким образом, свободное время школьника является ценным полем для исследования образовательного выбора школьника. Именно в условиях образовательного выбора могут наиболее объективно проявиться его лояльность, особенности образовательного поведения, восприятие ценности школьного образования в частности и непрерывного в целом.

Целью нашего исследования является изучение эмоционально-ценностной структуры использования ресурса свободного времени школьников старших классов в контексте изучения лояльности учеников школе.

Исследование свободного времени школьников проводилось среди учащихся из 30 регионов РФ, которые отвечали на вопросы анкеты «*Свободное время подростка: сколько? какое? зачем?*». В анкете исследовались возможности школьников в управлении собственным свободным временем и установки, связанные с этим вопросом.

Анализируя лояльность учеников школы в условиях образовательного выбора, мы исходили из следующих предпосылок:

- Свободное время школьника начинается с того момента, когда ежедневно заканчиваются школьные уроки. Исследование отношения к свободному времени проводилось в середине учебного года, поэтому потенциальный ресурс школьных каникул не исследовался.

- Свободное время после основной школы – это время не совсем свободное, по-

скольку у российских школьников есть обязательство выполнять домашние задания в рамках школьной программы. Ученик в праве самостоятельно решать, сколько времени он будет выполнять те или иные задания учителя.

- Время, оставшееся после выполнения домашних заданий, и есть по-настоящему свободное.

Анкета состояла из 20 закрытых вопросов. Вопросы или утверждения в анкете, с которыми нужно было согласиться или не согласиться, формулировались по возможности таким образом, чтобы они понимались однозначно, не содержали размытых или пристрастных формулировок. Валидизация анкеты проводилась на этапе ее разработки с привлечением экспертного сообщества старшеклассников методом фокус-группы (n=16). Надежность данных обеспечивалась статистическим методом. В ходе анализа данных пришлось удалить некоторое количество наблюдений (n=349) и оставить только 1126 ответов, так как шкала лжи, заложенная в вопросы анкеты, выявила случайные ответы.

Для анализа уровня школьной лояльности из данной анкеты был выбран ряд вопросов, характеризующий образовательный выбор ученика с точки зрения его лояльного отношения к школе и образованию.

Исследование ресурса свободного времени старшеклассника проводилось в марте 2017 года в рамках работы Всероссийского ученического пленума на базе Средней общеобразовательной школы № 619 Санкт-Петербурга. Общее число учащихся 8-11-х классов, принявших участие в исследовании, – 1475 человек. Анкета была доступна в электронной форме, по ссылке, данные собирались автоматически. Организаторы ученического Пленума распространили ссылку среди школ-партнеров, большинство из которых представлены в рейтинге в ТОП-500 школ РФ. В исследовании также приняли участие школьники-участники образовательной программы для одаренных детей «Литературное творчество» в Образовательном Центре «Сириус».

Как видно из описания базы экспери-

мента, основная его задача – исследование свободного времени школьников старших классов. Тем не менее некоторые характеристики образовательного выбора в рамках свободного времени могут служить своеобразными маркерами лояльности школе, с помощью которых возможно разбить респондентов на две группы (крайне лояльные и крайне нелояльные) для проведения наиболее показательного сравнительного анализа.

На основании гипотезы (высокий уровень лояльности ученика школе проявляется в том, что он воспринимает предлагаемые практики с эмоционально-ценностной точки зрения) были получены три маркера школьной лояльности:

– школа ценит мои успехи, достигнутые за ее пределами (эмоциональное восприятие);

– в школе меня учат эффективно распоряжаться своим свободным временем (ценностное восприятие);

– школа учит меня делать выбор, в том числе выбор самостоятельного образования (ценностное восприятие).

Группа респондентов, ответивших «да» на три указанных вопроса, выделяется как лояльная школе. Группа респондентов, давших ответ «нет», – нелояльная школе.

Таким образом, представленные выводы будут основаны на сравнении двух групп школьников, проявляющих себя как крайне лояльные (n=124) – 11% от общего числа респондентов или крайне нелояльные (n=351) – 31% от общего числа респондентов. Исследование образовательного выбора оставшегося числа респондентов (n=651) не входит в сравнительный этап работы.

Анализ групп респондентов исследовательской выборки помог выявить ценностные характеристики лояльных и нелояльных школьников в отношении свободного времени. Как распоряжаются своим временем лояльный и нелояльный ученик, для чего оно им нужно? На эти и другие вопросы мы получили ответы в ходе сопоставления данных и выявления прямых корреляций или тенденций, которые представлены в

следующем разделе статьи.

Далее мы приведем сравнительные данные, которые покажут основные различия образовательного поведения крайне лояльных и крайне нелояльных школьников и помогут в решении проблемы школьной лояльности.

Выполнение домашнего задания явилось не только базовым проявлением школьной лояльности, но и важнейшим ресурсом самоподготовки и самостоятельного образования. Показательными в этом случае являются следующие данные.

- 98,8% лояльных школьников выполняют домашнее задание более 50% от заданного объема.

- 18,3% нелояльных школьников выполняют меньше половины заданного, они же проявляют академическую неуспеваемость.

- 33,1% лояльных и 51,6% нелояльных школьников не видят смысла в предлагаемых домашних заданиях.

- 61,3% лояльных учеников, объясняя невыполнение домашнего задания, говорят о своей сильной занятости, аналогичные цифры у нелояльных школьников значительно ниже (46,2%).

Исходя из данных видно, что на фоне сформировавшегося негативного опыта у нелояльных школьников *наблюдается дефицит ресурса радости и ощущения успеха от пребывания в школе*. Эта доля нелояльных респондентов нуждается в особом внимании с точки зрения улучшения академической успеваемости и повышения лояльности. Также указанные данные свидетельствуют о явных проблемах в системе образования в формулировке домашних заданий и мотивировании учащихся к самостоятельной работе.

Описанная ранее модель перевернутого класса решает проблему выполнения домашнего задания при условии, что все ученики ознакомились с видео и презентационными материалами по теме. Модель перевернутого класса упрощает контроль родителями выполнения учебной работы. Более того, некоторые члены семьи могут

просматривать учебные материалы вместе с ребенком, что не требует освоения забытых предметных знаний в отличие от совместного выполнения домашнего задания. Применение концепции смешанного обучения предполагает высокий уровень лояльности школе и самостоятельность ученика в условиях образовательного выбора.

Дистанционные ресурсы самообразования современных школьников. Качество выполнения домашнего задания и уровень самообразования в целом также зависят от умения использовать современные образовательные ресурсы.

- Участники лояльной группы проявляют себя как более активные пользователи дистанционных ресурсов образования.

- Нелояльная группа значительно опережает лояльную в использовании ресурсов с готовыми домашними заданиями и рефератами, что является наиболее пассивной образовательной практикой.

Реализация модели перевернутого класса также может решить проблему неинтенсивного использования дистанционных образовательных ресурсов.

Исследуя ресурс свободного времени школьников, мы можем сделать выводы о творческих и образовательных дефицитах среди лояльных и нелояльных учеников.

- Лояльная группа отдает большее предпочтение дополнительному интеллектуальному развитию (57,3%) и спорту (48,4%) в свободное время.

- Нелояльные респонденты говорят о нехватке времени на творчество (53,3%).

Если понимать творчество как свободу самовыражения, то, опираясь на результаты опроса, можно предположить: увеличив число творческих практик в школе, мы увеличим и уровень лояльности.

Данные опроса показали, что лояльные и нелояльные школьники тратят одинаковое время на занятия в системе дополнительного образования, но основания его выбора разные.

- Лояльные школьники заявили о своей активности и направленности на успех не только в академических предметах, но и в саморазвитии (17,7% по сравнению с

10,8% у нелояльных).

- Нелояльные школьники выбирают дополнительное образование для повышения своей самооценки (36,8% по сравнению с 31,5% у лояльных) и общения с друзьями (36,5% по сравнению с 29% у лояльных).

Можно трактовать эти результаты как желание компенсировать относительно негативный образовательный опыт в школе. Нелояльные школьники испытывают дефицит радости и успеха в своих школах, поэтому дополнительное образование становится возможностью проявить себя, а общение с друзьями дает ощущение сопричастности определенной группе и компенсирует негативный опыт ощущения дискомфорта и отчужденности в школьной среде.

Место, которое школьник выбирает для дополнительного образования, также может быть важно при исследовании проблемы школьной лояльности.

- Лояльные ученики гораздо охотнее выбирают собственную школу в качестве места для дополнительного образования (35,5% по сравнению с 8,8% у нелояльных).

- 76,1% нелояльных занимается дополнительным образованием в других учреждениях.

- Нелояльные школьники чаще выбирают дистанционные курсы.

Данные результаты можно объяснить, как попытку избежать появления в среде с негативным опытом.

Академическая успеваемость и свободное время:

- 95,2% лояльных респондентов уверены, что можно хорошо учиться и иметь при этом свободное время.

- 48,4% лояльных учеников утверждают, что задания, которые они выбирают сами, дают им больше, чем школьные уроки.

- 77,8% нелояльных школьников считают, что самостоятельно выбранные занятия дают им больше, чем школьные уроки.

Таким образом, мы можем выделить группу лояльных респондентов, признающих большую эффективность индивидуальной образовательной программы, но остающихся при этом лояльными своей школе, что характеризует их лояльность как более

осознанную.

Академическая неуспеваемость нелояльных школьников и описанные выше характеристики их образовательного поведения в сочетании с высокими данными (77,8%) по вопросу эффективности самостоятельно выбранных занятий заставляют усомниться в качестве индивидуальных образовательных практик данной группы респондентов. Это характеризует указанную группу школьников как склонную к некачественным рефлексии и самоанализу.

Лояльные респонденты демонстрируют значительно более высокий уровень навыков тайм менеджмента.

В заключение нужно добавить, что в

ходе исследования было проведено сравнение двух групп школьников, распределенных по принципу различного отношения к самообразованию и свободному времени в целом. Основой сравнения стал разный характер образовательного поведения в большей части каждой из групп. Полученные результаты очень явно показали различия в уровне лояльности между группами, тем не менее известны примеры, когда при низкой успеваемости школьник проявляет высокую степень лояльности школе и наоборот. Работа по данному исследованию проводилась в ключе отслеживания общих тенденций и рассматривала очень узкий критерий проявления школьной лояльности – свободное время и образовательный выбор.

Литература

1. Андрющенко О. В. Лояльность в организациях: теоретико-методологический аспект: автореф. дис. ... канд. социолог. наук. – М., 2011. – 31 с.
2. Винокуров Ф. Н. Социально-психологические механизмы потребительской лояльности: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2012. – 28 с.
3. Лебедев О. Е. Конец системы обязательного образования? // Вопросы образования. – 2017. – № 1. – С. 230–259.
4. Педагогический портал Edutainme [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.edutainme.ru/post/perevernutyu-klass/> (дата обращения 13.12.17).
5. Ручкин А. В., Трофимова О. М. Алгоритм формирования и развития программы потребительской лояльности в коммерческой организации // Вопросы управления. – 2015. – № 6. – С. 127-134.
6. Словарь Макса Фасмера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vasmer.lexicography.online/> (дата обращения 21.12.17).
7. Солдаткина Г. С. Закономерности влияния представлений о будущем организации на лояльность сотрудников: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – Ярославль, 2011. – 26 с.
8. Степченко Т. С. Формирование потребительской лояльности бренду как фактор рыночного развития компаний: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Краснодар, 2011. – 26 с.
9. Тихомирова И. И. Повышение лояльности потребителей на основе персонализированного маркетинга: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2011. – 24 с.
10. Шевченко Ю. А., Юрченко Н. А., Латкин А. П. Обеспечение конкурентоспособности ВУЗа посредством лояльности студентов к его образовательным услугам // Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-konkurentosposobnosti-vuza-posredstvom-lojalnosti-studentov-k-ego-obrazovatelnyum-uslugam> (дата обращения: 18.01.2018).
11. Яшкина П. В. Управление отношениями с потребителями организации на основе современных методов формирования и реализации программ лояльности: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Орел, 2013. – 24 с.
12. Erik Nasset, Øyvind Helgesen. Modelling and Managing Student Loyalty: A Study of a Norwegian University College // Scandinavian Journal of Educational Research. – 2009. – Vol. 53, № 4. – P. 327–345.

13. *Hiep-Hung Pham, Sue Ling Lai*. Higher Education as an Extended Duration Service: An Investigation of the Determinants of Vietnamese Overseas Student Loyalty // *Journal of Studies in International Education*. –2016. – Vol. 20, № 5. – P. 454–471.
14. *Robert M. Brown, Timothy William Mazzarol*. (2006) The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education - Twentieth Annual Conference of Australia & New Zeland Academy of Management (ANZAM), Rockhampton, 2006. Pp. 1–12.
15. *Yu-Chuan Chen*. The Drive Behind International Student Loyalty in Higher-Educational Institutions: A Structural Equation Model // *The Asia-Pacific Education Researcher*. –2016. – Vol. 25, № 2. – P. 315–323.

