

义务教育阶段家庭教育消费行为的心理归因及干预影响探究

杨蝉溪¹ 杨 迪²

(1. 安养大学教育学系, 韩国 京畿道 14028;
2. 新疆师范大学继续教育学院, 新疆 乌鲁木齐 830011)

摘要: 中国家长习惯不遗余力的将人力、财力等资源投向子女教育形成了较为焦虑的社会现状, 致使家长经济与精力负担过重对冲了教育改革成果。基于此对 12 个较高学历家庭的家长进行访谈, 利用扎根理论研究当前家庭教育消费行为心理归因, 建立当前义务教育阶段家庭教育消费行为理论模型, 对不同省市家庭教育消费行为干预做出引导。

关键词: 家庭教育消费行为; 心理归因; 质性研究

一、问题的提出

近年来, 中国持续开展减轻学生负担的工作, 取得了一定的成效但未能从根本上解决短视化、功利性等问题, 引发了当前社会家庭教育消费行为内耗、内卷的现象。在《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》等文件中站在实现中华民族伟大复兴的战略高度加大了管理及执行力度旨在促进学生全面发展和健康成长。国家层面对此类问题非常重视: 家庭教育中为什么会实行高消费行为模式? 家长对家庭教育消费持怎样的消费心理? 如何促进与引导家庭教育不进行过度消费? 成为社会普遍关注的焦点课题。

二、概念的界定

在本研究中对于“家庭教育消费”的范围限定于: 为接受学校教育而发生的校内支出和为购买校外教育服务而发生的校外支出。对于“教育支出”的范围界定, 不限于“补习”成本而是包括更大范围的家庭教育消费, 如: 红色文化教育、科普、文体、艺术、劳动、兴趣小组及社团活动等。

三、研究方法和数据来源

研究旨在了解当前举措下义务教育阶段家庭教育消费深层次心理归因与产生干预的影响因素, 采用质性研究的方法利用扎根理论自下而上建构理论模型。研究以访谈记录为原始资料采用扎根理论对资料实施处理, 依据扎根理论“信息碎片-资料重组-

概念提炼-构建归纳”的思路进行探究, 通过设计开放式问卷对典型家庭教育消费人群进行深度访谈。因考虑到低学历者对于家庭教育消费及最新的教育举措实施与认知的相对欠缺, 选择的受访对象为中青年重视家庭教育消费群体, 学业要求为大学及以上学历家长, 人群分别分部在不同省份(含: 博士研究生 2 人, 硕士研究生 5 人, 本科生 5 人; 双胞胎子女家庭 2 个, 单胎子女家庭 10 个), 按照“理论饱和”原则进行样本数确定, 最终保留 12 个受访对象, 记录与整理文字资料共计 98322 字符, 采用 Nvivo12 进行编码。

访谈针对当前家庭教育消费相关举措实施各阶段进行设计, 分为五个类型: (1) 实施前: 家庭教育消费情况是怎么样的呢? 孩子学习压力如何? 家长觉得家庭教育消费是否造成压力? 对各类消费项目持什么看法? 预期的校外培训应该达到什么样的效果? 等; (2) 过程中: 什么途径了解到当前举措的? 目前在学校、社会、家庭层面发生了什么影响与变化吗? 该变化有影响家庭教育消费支出吗? 孩子有什么变化? 等; (3) 个体理解: 清楚应该如何配合做好家长的工作吗? 如果继续保持或加大执行力度的话, 您觉得还会产生什么更大的影响? 等; (4) 实施后: 教育焦虑减轻了吗? 家庭教育消费发生变化了吗? 您觉得健康、理想的家庭教育消费支出是怎样的呢? 等; (5) 拓展问题: 您会选择养育二/ 三胎吗? 目前孩子成绩出现什么变化? 目前现状造成了减负后期焦虑吗? 是否会有孩子私下高价补课? 等。

四、范畴提炼和模型构建

(一) 开放式编码

在处理开放式编码过程中, 围绕当前义务教育阶段家庭教育消费行为的心理归因及干预影响实施自由编码; 过程中要提取关键词、关键短句及同类句型等, 将其相同或相似的内容归并整合逐步形成了概念的类别, 本次访谈最终编码有 196 个概念化节点(如表 1)。

表 1. 举例: 案例概念化编码过程及结果

序号	原始资料	初始概念	范畴化
1	参考点 1: “所以说这个教育始终是个长跑, 就说我们要在培养兴趣的前提, 在他确实非常喜欢的前提下面我们可以给他有效的支撑。”	a1 教育长跑 a2 终生教育	A1 教育理解
2	参考点 1: “然后特别是我们现在强调的陪伴教育, 让小孩子回归家庭之后, 我们这个家长其实也要回归家庭, 然后多多跟小孩子进行一些课内课外这种探讨, 建立一种新型的这种家庭式的关系。”	b1 陪伴教育 b2 家庭教育	A2 家校协同
	略	略	略

(二) 主轴编码

主轴编码是发现核心概念建立概念类属之间的各种联系(有机关联)的过程, 本研究分析时根据第一步概念化得到的概念节点,

对其进行了重新归类, 共归纳出五个主范畴。各主范畴代表的意义及其对应的开放式编码范畴如表 2 所示。

表 2 主轴编码形成主范畴

类别	主范畴		对应范畴
心理归因范畴	个体心理意识		学业压力认识、个体责任意识、家长的教育理解、家庭教育消费(个体效力体现)、教育期待
	社会参照规范		消费习惯观念、培训风气与氛围、学校、教师引导、引导及举措实施标杆
	衍生现象		个体层面(家长、学生)、社会层面(机构、学校)
干预举措范畴	传播与沟通	传播力度	传播强度、持续传播、全面传播
		传播方式	严峻形势传播、情感激发传播

干预举措范畴	传播与沟通	传播渠道	媒体传播、职能机构传播
		传播对象	学校传播、学生传播
		传播主题	培训机构、“家校”环境
	情境结构变革		课后服务配套、社会学校创造条件、政策法规执行、“二、三胎”等激励措施并行、问题、漏洞的暴露及补救措施

(三) 选择性编码
选择性编码是将核心概念系统与理论联系起来(整合多个概念)的过程,分析核心范畴、主范畴及其他范畴的联结,研究各范畴并不断比较归、纳形成典型的关系结构(如表3)。

表 3. 举例: 主范畴的典型关系结构

典型关系结构	关系结构内涵	受访者代表性语句
个体心理意识→教育消费行为	个体的认识、知识、意识、信念等心理意识因素是教育消费行为的主要归因,会从内部促成个体教育消费行为	“像我们选择幼儿园都开那种周日拖管,因为 YQ 本来压力就特别大,然后家长有时候周六日都在上班呢,那孩子就放幼儿园去了。但是如果他没有课,是不在家里就待着,这个时间就玩掉了”……“那玩的话还得有人陪他玩,其实 90% 家长也是也觉得小孩子从小开始就要学东西。”
社会参照规范→教育消费行为	社会风气、消费观念、政府表率、榜样形象等社会参照规范因素是教育消费行为的主要心理归因,用于促进或影响个体行为符合社会规范的要求	“孩子如果学习不行的话,是会被筛选掉的对不对? XX(地点)是 50% 的初升高比例,那这些孩子怎么办? 家长为什么会去坚持补习,如果是我孩子面临初升高的压力,我还是会想尽一些办法去让他学的”……“特别是像我们这种相对落后的地方教育还是比较欠缺的,就是越落后的地方它的教育越正统、越守正。就是按照这个标准模式去传递,一代传一代,家长的认知的层次也相对较低,就只能互相效仿”
	略	略

(四) 模型构建

基于以上结构,本研究确定了当前政策措施下家庭教育消费行为的心理归因及干预影响路径的核心范畴,建构和发展出教育消费行为理论构架及模型(见图1)。

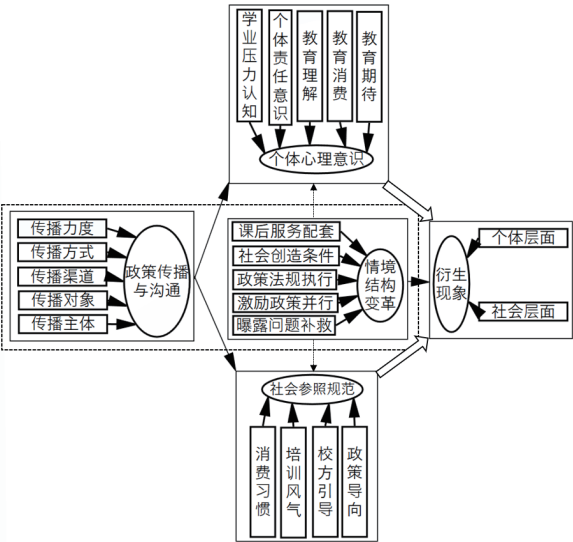


图 1. 义务教育阶段家庭教育消费行为的心理归因及干预影响模型
上述模型体现了个体心理意识、社会参照规范两个主范畴是家庭教育消费行为的主要心理归因。其中,个体心理意识是内部心理因素,社会参照规范是社会心理因素,当前举措的传播与沟通、情境结构变革两个主范畴是家庭教育消费行为及衍生现象的干预变量;当前举措实施传播与沟通通过影响个体心理意识和社会参照规范这两个主范畴实现行为干预,情境结构变革则通过影响个体行为的学习收益等情境条件直接实现行为干预。该模型检验了家庭教育消费行为的心理归因及干预影响路径,检验了家庭教育消费行为的心理归因为措施干预服务的,同时干预的有效性需要建立在深刻理解行为的心理归因基础上。

五、研究结论与展望

本文运用质性研究方法对当前家庭教育消费行为进行了探索

性研究梳理了措施实施与消费行为的相关变量范畴,结论如下:
1. 社会参照规范是家庭教育消费的社会心理归因,它通过对个体施加影响使个体行为符合社会规范的要求从而刺激行为发生; 2. 举措的传播与沟通受到传播力度、方式、渠道、对象、主体等因素的影响,使家庭教育消费者的个体心理意识与社会参照规范两个范畴实现行为干预; 3. 传播沟通情境的结构变革与各类衍生的个人及社会层面现象干预了实施举措的影响变量,衍生现象同时存在正面及负面影响从而影响了彼此的相互补充与配合。
在后期的研究中,教育调控干预对消费者的实际影响效应如何? 如何以最大力度的发挥“效力”? 值得继续深入研究,在未来如将小样本的访谈与质性研究转化为大样本的检验将能更加科学的检验该模型中各变量之间的内在关系与影响。

参考文献

[1] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》[J]. 中华人民共和国教育部公报, 2021(10): 2-7.
[2] 马开剑, 王光明, 方芳, 张冉, 艾巧珍, 李廷洲. “双减”政策下的教育理念与教育生态变革(笔谈)[J]. 天津师范大学学报(社会科学版), 2021(06): 1-14.
[3] 瞿晓理. 随迁子女后义务阶段教育获得感的阐释与思考——基于 34 个访谈样本的扎根研究[J]. 当代教育科学, 2018(07): 7-11+16.
[4] 王建明, 贺爱忠. 消费者低碳消费行为的心理归因和政策干预路径: 一个基于扎根理论的探索性研究[J]. 南开管理评论, 2011, 14(04): 80-89+99.

作者简介:

杨婵溪(1991.03-),女,新疆乌鲁木齐人,博士在读,邮箱:chanxi_yang@foxmail.com,研究方向:城市与区域发展、教育地理学及课程与教学研究;
杨迪(1988-),男,新疆乌鲁木齐人,从事成人教育、教师培训及项目管理研究。