

Ссылка для цитирования: Писаренко И.А. Психологические аспекты дистанционного взаимодействия в системе образования. // Семья и ребенок: проблемы взаимодействия. Материалы Международной научно-практической конференции 26-27 марта 2015 года, Санкт-Петербург. Под редакцией И.А. Писаренко. – СПб.: «Потитехника-сервис», 2015. С.6-11.

Писаренко И.А.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИСТАНЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

С развитием информационных технологий отношения людей, сообществ и организаций также обретают новые формы. Сегодня уже невозможно представить себе мир без электронных документов, спутниковой связи, интернет-общения в социальных сетях.

Однако если говорить о развитии образовательных организаций как информационно-педагогических субъектов, то здесь мы можем наблюдать значительное отставание от «реального мира».

По оценкам ученых (И.Н. Авилкиной, А.В. Вишняковой, О.Б. Зайцевой, Н.В. Кисель, Н.Ю. Таировой, О.М. Чубарян и др.), современные педагоги недостаточно хорошо владеют навыками использования электронных средств в процессе обучения, презентации своей деятельности в интернет-пространстве, а также формами дистанционной коммуникации.

Это связано, прежде всего, с тем, что в современных детских садах, школах и вузах работает значительная часть специалистов «доинформационного» общества. Эти люди, безусловно, несут огромный пласт педагогического опыта прошлых лет, но освоение новых информационных технологий для многих из них не является профессиональной необходимостью. Одни, насмотревшись телепередач о вреде интернета, принципиально отвергают «допуск» информационных средств в педагогическую практику; другие просто не стремятся менять привычную стратегию профессиональной деятельности, обходясь давно проверенными и надежными (с их точки зрения) педагогическими методами; а кто-то (особенно жители сельской местности) не имеет технических возможностей для использования дистанционных средств в своей профессиональной сфере.

Между тем, запрос учеников и родителей на дистанционные формы взаимодействия постоянно растет.

О.С. Окишева и С.Н. Горохова обосновывают значимость дистанционных форм тем, что они помогают поддерживать контакт с родителями, когда нехватка времени или сложности с расписанием мешают встретиться лично, а также стимулируют активность родителей применением разнообразных сопровождающих иллюстраций, демонстраций практических работ, выставочным материалом. [3]

К преимуществам дистанционных форм взаимодействия можно также отнести:

- существенную экономию времени, что особенно актуально для жителей городов, испытывающих огромные транспортные проблемы;

- возможность фиксации и постоянной доступности необходимой информации, так как родители (потребители) не в состоянии удержать в памяти всю информацию, которую они получают устно;
- возможность использования и осмысления полученной целевыми группами информации в индивидуальном темпе;
- возможность более «мягкого» давления на родителей/учеников/студентов в выполнении ими необходимых требований со стороны образовательной организации;
- более высокую интенсивность установления личных и профессиональных связей;
- более оперативную обратную связь с целевыми группами;
- мобильность размещения информации о деятельности образовательного учреждения.[4]

Дистанционные формы работы с целевыми группами существовали давно. Прежде всего, к ним можно отнести разные виды печатных средств, с помощью которых образовательное учреждение может «контактировать» с семьей (стенд, периодические издания, буклеты, брошюры, памятки, информационные письма и т.д.). Однако сегодня всё больше потребителей образовательных услуг перемещаются в интернет-пространство, и основным инструментом дистанционной коммуникации с ними является сайт.

Ученые отмечают, что все большее число родителей владеет компьютерными и информационными технологиями на уровне пользователя ПК и выше. Взаимодействие с образовательным учреждением через сайт, по мнению Т.В.Красноперовой, вызывает большой интерес среди родителей, поскольку дает им возможность при минимальных временных затратах получать максимальную информацию о своем ребенке и об образовательном процессе в целом. [2]

В отличие от других электронных средств коммуникации, сайт образовательной организации имеет больше возможностей выбора стиля оформления, объема и форм предоставляемой информации, способа интерактивного взаимодействия и открытости для разных целевых групп. К тому же, на сайте могут быть ссылки на другие интерактивные ресурсы - электронный дневник или группу в социальной сети.

Так же сайт позволяет получать информацию в процессе дистанционного общения посредством форума или возвратной формы.

Ценность *форума* заключается в том, что он позволяет осуществлять взаимодействие с целевыми группами и дает им возможность общаться между собой. Частный случай форума - пресс-конференция, когда форум организуется как общение пользователей сайта с приглашенными гостями.

Возвратная форма предназначена для диалоговой формы общения с посетителями, которые заносят информацию в определенные поля и отправляют ее администратору. Этот способ наиболее подходит для тех, кто имеет вопросы личного характера, не подходящие для вынесения на форум. Чаще всего на сайтах возвратная форма используется для разделов «Гостевая книга» или «Обращение».

Несмотря на очевидный потенциал сайта для развития дистанционного взаимодействия, реальность показывает, что в повседневной практике образовательных учреждений этот потенциал практически не используется.

Одной из причин является то, что руководители образовательных организаций (или их специалисты, занимающиеся вопросами продвижения организации в социально-профессиональном пространстве) недостаточно четко представляют себе и ту роль, которую играет сайт для повышения конкурентоспособности организации, и то влияние, которое информационная интернет-политика оказывает на психологию потребителей.

Представляется, что сайт должен нести как минимум две основные функции:

- информирование посетителей;
- формирование доверия у целевых групп как основы для дальнейшего (очного) взаимодействия с ними.

Процесс формирования доверия относится к психологическим аспектам дистанционного взаимодействия, так как здесь затрагиваются глубинно-личные особенности разных людей, их потребности и субъективные ощущения.

Согласно позиции Р.Б. Шо, формирование доверия происходит при наличии трех основных факторов:

- ❖ Соблюдение этических норм и договоренностей
- ❖ Поддержка (тех, у кого необходимо вызвать доверие)
- ❖ Продуктивность. [5]

Если рассматривать сайт как один из основных инструментов привлечения потребителей, то целесообразно оценить, насколько он отвечает вышеперечисленным требованиям.

В частности, насколько высок уровень культуры презентации материалов сайта (язык, стиль обращения, наличие ссылок на первоисточник и т.д.); насколько активно создатели сайта заботятся о своих целевых группах; и насколько полно образовательная организация удовлетворяет потребность посетителей сайта в получении актуальной и точной информации (есть ли от сайта «толк» для его посетителей).

Остановимся подробнее на основной позиции, наиболее значимой для формирования доверия потребителей – заботе о них.

Под «заботой» здесь понимается всё, что влияет на комфортность посетителя сайта.

Эстетическая комфортность посетителей зависит, прежде всего, от дизайна сайта, качества размещенных иллюстраций, стиля оформления. Некоторым сайтам образовательных организаций свойственна чрезмерная пестрота, несоразмерность шрифтов, яркость заголовков, «мерцающие» тексты, «порхающие» бабочки, всплывающие окна и навязчивое музыкальное сопровождение. Все эти «украшения» могут вызвать у пользователя внутреннее раздражение, так как, если человек пришел на сайт для получения конкретной информации, всё «лишнее» (то, что отвлекает, а значит, и удлиняет путь к её получению) будет работать против сайта. Психологической причиной здесь является своеобразная «когнитивная депривация» – когда чрезмерные

украшательства сайта мешают удовлетворению когнитивной потребности пользователей (получить информацию).

Кроме того, к параметрам эстетической комфортности пользователей относится и грамотность языка, на котором размещена информация. Наиболее образованные посетители сайта чрезвычайно болезненно могут воспринимать орфографические и грамматические ошибки, неверно написанные известные фамилии или названия, а также использование просторечий (сленга). В этом случае включается психологический механизм идентификации, и образовательное учреждение не опознается как «своё». Соответственно, уровень доверия к «чужому» не может быть высоким.

Технологическая комфортность включает удобную навигацию, высокую скорость загрузки и/или просмотра видео. Эти параметры особенно важны для пользователей, обладающих недостаточным уровнем компьютерной грамотности, так как неспособность справиться с поиском нужной информации или с использованием предлагаемых сервисов (загрузить файл, просмотреть видео и т.д.) снижает их самооценку. Согласно законам психологии, в этом случае срабатывает механизм психологической защиты (избегание неудачи) и человек подсознательно отказывается повторять неприятный опыт ещё раз.

Вторым негативным фактором, влияющим на технологическую комфортность, является значительная потеря времени посетителя. Если страницы сайта грузятся очень медленно, либо не могут быть просмотрены в разных браузерах, пользователь сайта испытывает разочарование в технологической компетентности создателей сайта (и образовательной организации в целом), и может ощутить, что о нём не позаботились.

Психологическая комфортность состоит из многих элементов. Прежде всего – это стиль общения, который доминирует на сайте. Он складывается из формы обращений к посетителям, внимания к обратной связи с ними, открытости информации, имеющей для целевых групп принципиальное значение.

Большую роль играет и этика. Если на сайте содержатся некорректные высказывания, чрезмерное выпячивание достижений первого лица (и нивелирование успехов остальных членов команды), неравномерность презентации достижений/деятельности разных классов, сообществ, групп, то у посетителя создается ощущение недостоверности публикуемых сведений, «сокрытия» информации об истинном положении дел. Индекс доверия к образовательной организации в таком случае вряд ли будет расти.

К этическим проблемам также можно отнести и некорректность в цитировании (без указания ссылки на первоисточник), неполные названия документов или публикаций, размещение фотографий без согласия изображенных на них лиц.

Педагогическая комфортность относится ко всему, что связано с повышением педагогической компетентности пользователей. Если принять во внимание, что основными целевыми группами, посещающими сайт образовательной организации, являются реальные и потенциальные субъекты образовательного процесса, то забота об их образовательных потребностях

является необходимой доминантой. Важно, чтобы и дети, и родители, и педагоги имели возможность найти на сайте что-то «свое».

Кроме того, современные родители сегодня очень нуждаются в грамотной навигации по актуальным проблемам образования и воспитания, проведению досуга, выбору ресурсов для образовательного маршрута своего ребенка. В этом плане сайт является средством оперативной информационно-педагогической (а иногда и психологической) поддержки семьи. И если эта поддержка оказывается реальной, доверие родителей к специалистам образовательной организации будет расти.

Таким образом, основной задачей для разработчиков сайта является работа по его «откликаемости» на потребности целевых групп.

Если образовательной организации с помощью сайта удалось «захватить интерес» определенной целевой группы, это значительно облегчит развитие очного взаимодействия, так как в данном случае площадка для сотрудничества будет уже подготовлена. Позитивные установки, сформированные у пользователя на первом этапе (посещение сайта), повысят его мотивацию на продуктивное взаимодействие и увеличат «кредит доверия» в целом. Это подтверждается и исследованиями зарубежных ученых. (См., например, исследование С.Л. Nutto и его коллег, Institute of Technology in Atlanta, Georgia, USA, 2013). [6]

Однако при создании сайта разработчики (IT-специалисты), как правило, не понимают всей специфики *образовательной* организации и психологии её целевых групп. Поэтому многие сайты, созданные на заказ, не выполняют тех функций, о которых упоминалось выше. Одной из причин здесь является критериальная размытость в оценке такого сайта.

С целью восполнения данного пробела, в 2013 году автором была предпринята попытка создания Карты оценки сайта образовательной организации (см.ниже). Карта прошла апробацию на многих учебно-образовательных мероприятиях и показала свою высокую эффективность. За эти годы по предложенным критериям был проведен анализ более сотни сайтов образовательных организаций разных типов, видов собственности и уровней образования. Отметим, что негосударственные образовательные организации уделяют больше внимания презентации своей деятельности через сайт. Они в целом набирают большее количество баллов по предложенной методике. Это можно объяснить не только тем, что негосударственный сектор имеет больше материальных и кадровых ресурсов для этой работы, но и адекватной оценкой значимости психологических аспектов в поведении потребителей.

Что касается государственных организаций, то, как показал анализ, говорить о полноценном дистанционном взаимодействии между субъектами образовательного процесса сегодня преждевременно. Руководители этих организаций стараются четко соблюдать требования федерального законодательства об открытости информации [1], но не очень стремятся к реальной заботе о своих целевых группах. Отклик на психологические и информационные потребности этих групп пока не является профессиональной доминантой в их деятельности.

Данный факт в терминах маркетинга можно расценивать как «упущенную выгоду», а в системе образования – как педагогическую недалковидность.

Литература:

1. Постановление Правительства РФ от 10 июля 2013 г. № 582. «Об утверждении Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обновления информации об образовательной организации». Москва, 2013.
2. Красноперова Т.В. Роль телекоммуникационных технологий в педагогическом взаимодействии семьи и образовательного учреждения // Информационно-коммуникационные технологии в образовании // Научно-практическая Интернет-конференция «Образование: вчера, сегодня, завтра» [Электронный ресурс]. URL: http://odt.orb.ru/orenik/index.php?option=com_content&view=article&id=70:2011-02-16-14-36-04&catid=42:2011-02-16-13-14-43&Itemid=62 (дата обращения: 15.05.2011)
3. Окишева О.С., Горохова С. Н. Формы взаимодействия учителя-логопеда с родителями// Образование и семья: проблемы обучения. Материалы Международной научно-практической конференции 25-26 марта 2010 года, Санкт-Петербург. Под ред. И.А.Хоменко. – СПб, 2010. – 192 с.
4. Хоменко И.А. Интернет и взаимодействие семьи и школы// Журнал «Директор школы» N2, 2006. С-88-92.
5. Шо.Р.Б. Ключи к доверию в организации: результативность, порядочность проявление заботы. М., 2000.
6. Marks P. Happy, snappy tweets gain the most Twitter followers. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newscientist.com>, 26 February 2013. (Дата обращения: 03.03.2015)

Приложение

КАРТА ОЦЕНКИ САЙТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ¹

*Поставьте сайту "1", если вы согласны с утверждением, "0", если не согласны.
В конце подсчитайте сумму баллов.*

N	Параметры оценки	Баллы
	<i>Полнота информации об ОО</i>	
1.	Указано полное наименование образовательной организации	
2.	Размещена документы на осуществление образовательной деятельности (лицензия, устав и т.д.)	

¹ Авторская разработка И.А.Писаренко (2013)

3.	Указан точный адрес организации, телефон	
4.	Указан контактный e-mail	
5.	Указаны часы приема руководителя	
6.	Указаны часы приема всех заместителей руководителя	
7.	Указаны электронные адреса всех заместителей руководителя	
8.	Указаны часы приема/работы всех подразделений ОО (библиотека, мед.кабинет и т.д.)	
9.	Размещена схема проезда к образовательной организации	
10.	Размещена схема расположения учебных помещений	
11.	Размещено расписание уроков	
12.	Есть англоязычная версия основной информации об организации	
	<i>Полнота информации о деятельности ОО</i>	
13.	Прописана миссия ОО, её специфика («изюминка»)	
14.	Размещена информация о социальных партнерах	
15.	Существует раздел «Новости»	
16.	Размещена информация о проектах, реализованных ОО	
17.	Размещена информация об экспертной оценке проектов ОО	
18.	Размещены аналитические данные о деятельности ОО (характеристика контингента, опросы, мониторинг отдельных аспектов деятельности ОО и т.д.)	
19.	Размещено портфолио руководителя	
20.	Размещена информация о кадровом составе ОО	
21.	Размещены портфолио преподавателей	
22.	Размещена информация о достижениях учеников/воспитанников	
23.	Размещена информация о выпускниках	
24.	Размещена информация о наградах и достижениях ОО	
25.	Размещены отзывы о деятельности ОО	
	<i>Забота о целевых группах</i>	
26.	Наличие специального раздела для учеников	
27.	Наличие специального раздела для выпускников	
28.	Наличие специального раздела для родителей	
29.	Наличие специального раздела для коллег/специалистов	
30.	Наличие специального раздела для социальных партнеров	
	<i>Контент</i>	
31.	Наличие материалов просветительского характера	
32.	Наличие материалов справочного характера	
33.	Наличие информации о возможностях самообразования/досуга	
34.	Сайт содержит ссылки на другие информационные источники по проблемам образования, воспитания, культуры	
35.	Все статьи подписаны автором или авторским коллективом	
36.	Цитаты снабжены ссылками на источник, фотографии – фамилиями авторов снимков.	
37.	Сайт содержит эксклюзивную информацию или публикации сотрудников ОО	
38.	Отсутствуют ошибки (орфографические, грамматические, стилистические, фактические)	
39.	Отсутствуют жаргонизмы, сленг	
40.	Выдержан единый стиль публикаций (научный, научно-популярный, публицистический, официально-деловой)	
	<i>Структура и организация сайта</i>	

41.	Сайт быстро загружается	
42.	Сайт можно просматривать в разных браузерах	
43.	Сайт адаптирован под возможности людей с особыми потребностями	
44.	Сайт регулярно обновляется	
45.	Навигация по сайту удобная	
46.	Есть карта сайта	
47.	Поиск работает без сбоев	
48.	Сайт имеет счетчик посещаемости	
49.	Сайт имеет высокую посещаемость (более 100 человек в сутки)	
50.	На сайте работает форум	
51.	На сайте есть возможность отправки сообщений руководству ОО	
52.	На сайте предусмотрена подписка на рассылку	
53.	Известен автор (редактор) сайта	
54.	На сайте не рекламируются товары/торговые марки	
55.	Рекламные баннеры не содержат "сомнительных" ссылок и изображений	
56.	Странички можно перевести в формат, удобный для печати	
57.	Все страницы сайта имеют персональную ссылку	
	<i>Дизайн</i>	
58.	ОО имеет фирменный стиль (логотип, сочетания цветов и т.д.)	
59.	Дизайн соответствует содержанию	
60.	Выдержан единый стиль оформления сайта	
61.	Цветовое решение можно назвать гармоничным	
62.	Шрифты удобны для чтения	
63.	Количество и размер изображений можно назвать оптимальными	
64.	На сайте отсутствуют навязчивые всплывающие окна, «порхающие бабочки», мерцающие заголовки, музыкальное сопровождение и т.д.	
	<i>Субъективное впечатление/ощущение:</i>	
65.	Сайт производит впечатление современного информационного ресурса	
66.	Возникает ощущение заботы авторов сайта о его посетителях	
67.	Создается ощущение полноты информации о всех сторонах деятельности ОО	
68.	Возникает желание привести своего ребенка в эту образовательную организацию	
69.	Возникает желание познакомиться с опытом профессиональной деятельности сотрудников этой организации	
70.	Есть идеи, которые можно позаимствовать для создания своего сайта	
	Итого баллов:	