

Сигалова Анастасия Максимовна

студентка

ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный

университет им. И. Канта»

г. Калининград, Калининградская область

Торопов Павел Борисович

канд. пед. наук, доцент

Институт социально-гуманитарных

технологий и коммуникаций

ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный

университет им. И. Канта»

г. Калининград, Калининградская область

ОСОБЕННОСТИ УСТАНОВКИ ШКОЛЬНИКОВ

К САЙТУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Аннотация: в статье обобщены результаты исследования социальной установки учащихся старших классов к сайту образовательного учреждения на примере учреждения высшего образования. Отмечены противоречия в структурных элементах и отсутствие активности в использовании сайта. Сделан вывод о необходимости обучения выпускников школы работе с сайтами и адаптации сайта к запросам старшеклассников.

Ключевые слова: социальная установка, старшеклассники, сайт.

Проблема и актуальность. В наши дни всемирная информационная компьютерная сеть, связывающая между собой пользователей, пользуется огромной популярностью у большей части человечества. Через интернет люди могут общаться, передавать информацию друг другу, оформлять покупки, не выходя из дома, также стало очень удобно и эффективно рекламировать свой бизнес через всемирную информационную компьютерную сеть.

Стали актуальны сайты, на которых размещена информация об организации, ее роли и функциях, пользователи персональных устройств с легкостью могут

найти интересующую их информацию, но стоит задуматься, насколько эффективно работает эта информация, насколько действительно сайт компании презентует себя.

Участники фокус-группы (старшеклассники г. Калининграда) отметили сложность нахождения нужной информации на сайтах образовательных учреждений, сложность в восприятии информации, большой объем информации, с которым трудно справиться.

Объектом в исследовании будет выступать социальная установка, как устойчивое, латентное состояние предрасположенности индивида к положительной или отрицательной оценке объекта или ситуации, сложившееся на основе его жизненного опыта, оказывающее регулятивное, организующее влияние на перцептуальные, эмоциональные и мыслительные процессы и выражающееся в последовательности поведения (как верbalного, так и неверbalного) относительно данного объекта в данной ситуации» [7].

Предмет: установка к сайту образовательного учреждения (на примере БФУ им. Канта) учеников общеобразовательных школ г. Калининграда.

Цель: выявить особенности установка к сайту БФУ им. Канта учеников общеобразовательных школ г. Калининграда.

Социальная установка определяет социальное поведение человека, его поступки, действия, то, как он воспринимает действительность, выражает деятельность мотивов, по какому принципу выбирает, как поступить в той или иной ситуации.

Так, например, А.Г. Асмолов утверждает, что «социальная установка до некоторой степени утратила свою «психологичность». Из поля внимания зарубежных психологов как бы выпало то, в какой форме социальная установка выступает для субъекта». Социальная установка в его понимании определяется, как личностный смысл, «порождаемый отношением мотива и цели», как «готовность, предрасположенность субъекта, возникающая при предвосхищении определённого объекта и обеспечивающая устойчивый целенаправленный характер протекания деятельности по отношению к данному объекту» [2].

Социальные установки могут определять «социотипическое поведение личности» – поведение, выражающее типовые программы данной культуры» [1].

Из выше изложенного следует, что, исследуя установку мы обращаем внимание на ее черты, параметры, такие как чувства, мысли, действия. Эта точка зрения прослеживается в работах Ж. Годфруа [5].

Для более наглядного и понятного восприятия рассматриваемого определения мы обратимся к Зимбардо и Ляйппе: «По сути своей установка – это ценностная диспозиция по отношению к тому или иному объекту. Это оценка чего-либо или кого-либо по шкале «приятно-неприятно», «полезно-вредно», «хорошо-плохо». Что-то мы любим, а что-то терпеть не можем. К чему-то испытываем привязанность, а к чему-то антипатию» [4].

Установка определяет наше поведение, мы можем прогнозировать его с учетом сложившейся установки, хоть установка может и измениться, но все же она считается устойчивой и сильной, самые устойчивые установки формируются у нас в детстве под действием референтной группы.

Для Университета сайт – это не просто реклама, не просто платформа, на которой размещена информация, это очень нужный и полезный ресурс для многочисленных абитуриентов, их родителей, студентов, преподавателей, он необходим и безусловно пользуется большой популярностью.

Методики:

1. Комплекс проективных методик для исследования социальной установки (аттитюда):

– методика для измерения эмоциональной составляющей установки Крита, Фабригара и Петти, 1994.

– техника незаконченных предложений для выявления содержательного компонента установки (адаптирована нами и апробирована в курсовой работе).

– шкальная методика на выявление конативно-поведенческого компонента социальной установки (адаптирована нами и апробирована в курсовой работе).

2. Формализованное интервью на тему «Сайт БФУ: как им пользоваться?» (разработано нами и апробировано на фокус-группе).

Выборка: 81 респондент. Из них 81 учащиеся мужского и женского пола старших классов МАОУ г. Калининграда средней общеобразовательной школы №29, в возрасте от 15 до 17 лет.

Планируют поступить в БФУ Им. И. Канта из 43 респондентов женского пола – 27 человек, это больше половины, определились на какую специальность будут поступать из 43 человек – 23 – это тоже неплохо, тоже больше половины. Из 38 респондентов – мужского пола планируют поступить в БФУ Им. И. Канта – только 10 человек, показатели хуже чем у женского пола, определились с выбором специальности из 38 – только 7 человек. Не определились с выбором Университета 44 респондента.

Из 81 респондента сайт посещают – 32 респондента мужского и женского пола, это менее половины учеников, не посещают сайт – 49 респондентов – и это более половины учеников.

Результаты. Большинство респондентов отметили, что на сайте им запомнилась информация о вступительных испытаниях, информация о количестве баллов для поступления, информация о студенческой жизни, новости Университета.

Большинство респондентов не нашли на сайте проходные баллы для поступления, экзамены для поступления, расположение корпусов.

На сайте есть вся информация, которую не смогли найти ученики, но проблема заключается в том, что ее сложно найти, довольно долго приходится изучать сайт, заходить в разные разделы, чтобы найти, то, что нужно.

Проведение основной части методики позволило получить следующие данные.

Полученные данные методики для измерения эмоциональной составляющей установки: почти у половины учеников эмоциональный компонент положителен, но практически не выражен, у четвери респондентов выявлен положительный, но слабо выраженный показатель, у менее четверти эмоциональный компонент положителен, но очень слабо выражен, далее есть значения

показателей и очень сильной выраженности, и отрицательной выраженности, но их минимальное количество.

А это означает, что эмоциональная составляющая установки не сформирована и требует коррекции, которая сформирует эмоциональную составляющую старшеклассников.

Однако, применение критерия U Манна Уитни показало, что группа учеников женского пола превосходит группу учеников мужского пола по эмоциональной составляющей установки.

Как было сказано для выявления когнитивного компонента установки мы использовали технику незаконченных предложений в модификации П.Б. Торопова [6].

В когнитивном компоненте установки выявлены следующие особенности: респондентам трудно быстро найти нужную информацию на сайте, сайт очень обширный, там очень много информации и респонденты путаются в ней, и тратят много времени на то, чтобы найти, что искали. В этом и выявляется проблема сайта.

Ученики на сайте больше обращают внимание на новости Университета, проходные баллы для поступления, обращают внимание на дизайн сайта.

Различий в когнитивном компоненте установки среди женского и мужского пола не выявлено.

Данные, полученные с помощью шкальной техники для оценки готовности личности к определенным видам поведения относительно сайта БФУ им. И. Канта слабо выражена или непостоянна, то есть конативный компонент установки к сайту Университета учеников не сформирован.

Критерия U Манна Уитни не обнаружил достоверных различий между группами учеников женского и мужского пола.

Для уточнения воздействия сайта на учеников нами был проведен ассоциативный эксперимент. Респондентам предстояло написать, с чем ассоциируется у них сайт.

Большинство учеников ассоциируют сайт с Университетом, также у многих учеников сайт ассоциируется с информацией, ученики ассоциируют сайт и с учебой и с собственно говоря сайтом.

Меньшее количество учеников проводят ассоциации с яркой студенческой жизнью, новым будущем, образованием, престижом. Проводят ассоциации с факультетом, на который планируют поступить.

Это показывает, что ассоциации учеников различны, и каждый респондент связывает нечто свое при ассоциации с сайтом, это и эмоции и чувства, и волнения, переживания, это и объекты, связанные с сайтом, и статус, и факультеты Университета.

В целом установка к сайту БФУ им. И. Канта не сформирована, об этом говорит и эмоциональный компонент, который слабо выражен, также когнитивный компонент выявляет трудности респондентов в работе с сайтом, отмечается обширность сайта, трудность нахождения информации, траты времени на нахождение нужной информации, неудобство в использовании.

Также поведенческий компонент установки тоже слабый, это говорит о том, что респонденты не готовы к активному поведению в отношении сайта.

Выводы и рекомендации. В результате проведенного исследования было выявлено, что сайт БФУ им. И. Канта очень нужный информационный портал, источник интересующей информации студентов, абитуриентов, сотрудников об Университете, направлениях и специальностях, проходных баллах, оплате, общежитии, о его жизни, новостях, спорте, различных мероприятиях, развлечениях и так далее.

Но сложность в том, что для пользователей сайт очень обширен, вложенено очень много информации, и для пользователей сложно и затруднительно найти нужную им информацию быстро и легко.

В связи с этим, нами предложен ряд практических занятий, которые направлены на обучение активному использованию сайта БФУ им. И. Канта, а также мы создали рекомендации разработчикам сайта по оптимизации непосредственной работы с порталом все желающих.

Также мы создали рекомендации для учителей по обучению учащихся работе с сайтом. Создана презентация, в которой подробно и понятно изложена информация, предназначенная для преподавателей и учеников, по обучению и легкому использованию сайта, с прикреплением ссылок на различные разделы сайта, с объяснением и наглядным представлением каждого раздела сайта.

Список литературы

1. Асмолов А.Г. Психология личности. Принципы общепсихологического анализа / А.Г. Асмолов. – М., 2001.
2. Асмолов А.Г. О соотношении понятия установки в общей и социальной психологии. Социальная психология: Хрестоматия / А.Г. Асмолов, М.А. Ковальчук. – М: Аспект-Пресс, 2000. – С. 172.
3. Балтийский Федеральный Университет имени Им. Канта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kantiana.ru>
4. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Лайппе. – Питер Год, 2001. – 448 с.
5. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – 6-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2008. – 752 с.
6. Торопов П.Б. Исследование установки на социальное содействие: методы и методики / П.Б. Торопов // Социальное содействие: опыт без границ: Сборник статей. – №1. – ГБУСО КО «Центр социальной помощи семье и детям», 2014. – 90 с.
7. Шихирев П.Н. Социальная установка как предмет социально-психологического исследования / П.Н. Шихирев // Психологические проблемы социальной регуляции поведения / Отв. ред. Е.В. Шорохова. – М., 2000. – 368 с.