

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования города Москвы
МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ
ФЕДЕРАЦИЯ ПСИХОЛОГОВ-КОНСУЛЬТАНТОВ ОНЛАЙН

при участии
МОСКОВСКОЙ СЛУЖБЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ НАСЕЛЕНИЮ

**ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ
СОЦИАЛЬНО НЕЗАЩИЩЕННЫМ ЛИЦАМ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**
(ИНТЕРНЕТ-КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ И ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ)

МАТЕРИАЛЫ
II международной
научно-практической конференции

21-22 февраля 2012 г.



Москва
2012

УДК 615.851
ББК 53.57
П 86

Редакционная коллегия:
Айсмонтас Б.Б., Меновщиков В.Ю., Войкунский А.Е., Лашенко А.И., Иванцов О.В.

П 86
Психологическая помощь социально незащищенным лицам с использованием дистанционных технологий (интернет-консультирование и дистанционное обучение): Материалы II международной научно-практической конференции, Москва, 21–22 февраля 2012 г. / под ред. А.Б. Айсмонтаса, В.Ю. Меновщикова. – М.: МГППУ, 2012. – 266 с.

ISBN: 978-5-94051-107-6

В сборнике представлены тезисы и статьи участников II международной научно-практической конференции «Психологическая помощь социально незащищенным лицам с использованием дистанционных технологий (интернет-консультирование и дистанционное обучение)». Конференция прошла 21–22 февраля 2012 года в Московском городском психолого-педагогическом университете.

Авторы материалов конференции – ученые, психологи-практики, педагоги, работающие в высших учебных заведениях, психологических и социальных службах, аспиранты факультетов психологии. Особое внимание уделено применению дистанционных технологий в помощи социально незащищенным категориям населения, в том числе людям с ограниченными возможностями здоровья.

Сборник адресован практикующим психологам, психотерапевтам, социальным работникам, педагогам, осуществляющим дистанционное консультирование и обучение.

©МГППУ, 2012

2

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	9
I. ЧЕЛОВЕК И ИНТЕРНЕТ КАК ПРОСТРАНСТВО ПОМОЩИ И РАЗВИТИЯ.....	10
Теория и эмпирика как основа становления киберпсихологии.....	10
<i>Войкунский А.Е., к.п.н., зав. лабораторией «Психологические проблемы информатизации», МГУ им. М.В. Ломоносова</i>	
Современные тенденции в исследовании взаимодействия в системе «человек – компьютер» (на примере социальных сетей).....	13
<i>Неврова А.Н., Московский городской психолого-педагогический университет</i>	
Концепция модели интерактивной консультативной службы для людей с ограниченными возможностями.....	18
<i>Камин А.А., президент РАТЭПП, г. Нижний Новгород</i>	
Юношеские онлайн-дневники: мотивация создания и стратегии саморепрезентации.....	22
<i>Белинская Е.П., д.п.н., доцент, факультет психологии МГУ им. М.В. Ломоносова</i>	
Роль онлайн-игр в социализации людей.....	25
<i>Гайдукова М.А., Шульга И.Б., Московский государственный гуманитарно-экономический институт для инвалидов с ДЦП (МГГЭИ)</i>	
Проблема неэквивалентности традиционных и компьютеризированных психолого-педагогических методов для школьников.....	29
<i>Бабанин Л.Н., факультет психологии МГУ им. М.В. Ломоносова</i>	
Возможности применения музыкальных средств в оказании психологической помощи с использованием дистанционных технологий.....	32
<i>Левин М.В., доцент, Академия управления МВД России, г. Москва</i>	
Возможности эффективного использования теорий модификации поведения в профилактической работе с подростками в интернет-среде.....	35
<i>Паламонов И.Ю., ГБУ «Городской центр "Дети улиц"», г. Москва</i>	
II. ИНТЕРНЕТ-КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ.....	43
Модели организации интернет-консультирования в России.....	43
<i>Меновщиков В.Ю., к.п.н., доцент, президент Федерации Психологов-Консультантов Онлайн, главный специалист отдела ТНПП МСППН</i>	

3

Возможности эффективного использования теорий модификации поведения в профилактической работе с подростками в интернет-среде

*Паламонов И.Ю.,
ГБУ «Городской центр "Дети улиц"»,
г. Москва*

Задача профилактики – изменить поведение подростка в социуме на социально приемлемое или упрочить его нормальное для общества поведение. Процесс модификации поведения является ровесником общества, потому что вся история общества сопровождается обучением людей способам эффективного поведения в социуме. Для профилактики негативных проявлений в подростковой среде важнейшим является опережение её влияния на будущее поведение, а не устранение последствий.

Интернет дает возможность вести профилактическую работу практически круглые сутки. При этом охват таков, что в реальной среде он недостижим никогда. С этой точки

зрения эффективность профилактической работы в виртуальной среде на порядки выше, чем профилактика в реальной среде. Информационное воздействие в интернет-среде наиболее высокое, по сравнению с другими СМИ, что определяется высокой адресностью, моментальной обратной связью, экономичностью информационного канала, интересом молодежи к компьютерным коммуникациям, наименьшим неприятием пользователей к рекламе.

Системное исследование технологий модификации поведения началось с середины 20 века и берет начало в Йельском университете в работах бывшего в то время главного психолога США К. Ховланда, который в 1942 году экспериментировал в рамках известной модели «Источник – Сообщение – Канал – Получатель» с влиянием специально созданных кинофильмов на моральный дух солдат американской армии. Анализируя воздействие этих фильмов, он выяснил, что эффект убеждения зависит от многих факторов, способных его ослаблять, а общая закономерность заключается в том, что знания об объекте имеют возможность меняться сильнее, чем отношение к нему.

Модификация поведения напрямую связана с отношениями и убеждениями человека. У подростка такие убеждения находятся в стадии формирования. Для него формирование убеждений является значимым жизненным процессом, поэтому во главу угла ставится вопрос доверия к информации, которая формирует его убеждения. Однако любая пропаганда может рассматриваться как предубежденная форма образования [20], потому что целью образования является преподавание фактической информации и обучение логическим формам мышления, а целью пропаганды является подача нефактической информации, и таким образом, чтобы она была воспринята как фактическая, а еще лучше – как собственное мнение.

Ранее предполагалось, что отношения имеют способность прямого инициирования поведения, а убеждения, как думали, были связаны с поведением только потому, что они способствовали формированию отношений. Однако исследования доказали [12], что принципы, которые заложены в процессы убеждения с целью изменения отношения, являются такими же, как те, которые вовлечены в убеждение кого-то изменить поведение.

Теория обоснованного действия, разработанная М. Фишбейном и И. Айзенем (А. Эйджен) «родилась в значительной степени из-за расстройств традиционных исследований взаимосвязи отношения и поведения, большая часть которых обнаружили слабые корреляции между мерой отношения и выполнением волевого поведения» [13]. Ключевым применением теории мотивированного действия является предсказание поведенческих намерений, охватывающих предсказание отношений и предсказание поведения.

Также важным для предсказания поведения человека являются нормы или то, что другие люди думают о поведении человека [19]. Пожалуй, самой важной для предсказания поведения человека является его привычка [10]. Привычка – это поведение, которое стало

I. Человек и интернет как пространство помощи и развития

автоматическим в определенных ситуациях, это поведение не осмысливаемое. Изменить свои привычные действия человек сможет лишь тогда, когда резко изменяются условия такого поведения, что служит мотивом для размышлений над привычным поведением. Но такие изменения зачастую несут с собой серьезные проблемы, а целью профилактики является предотвращение проблемного поведения и его последствий.

В качестве процесса изменяющего отношения, а вместе с ними и поведение, выступает процесс убеждения. Психологами разработано большое количество теорий для изучения отношений и убеждений. Каждая из теорий – это попытка дать как можно более общее объяснение тому, почему люди изменяют отношения и убеждения. Теории и модели модификаций поведения можно условно разделить по признакам основного естественного внутреннего процесса, происходящего в структурах человека, будь то поведенческие, эмоциональные или когнитивные системы.

Результатом профилактической работы является увеличение возможности социализации подростка, которое выражается в его способности находить согласие с окружающими людьми в любой совместной деятельности. В этом и заключается психологическая эффективность профилактики.

Для повышения эффективности поиска взаимопонимания необходимо ориентироваться не на стереотипы и установки, основанные на эмоциональных отношениях, а на убеждения в ценности жизни каждого человека, в том числе ценности своей собственной жизни. Профилактика с использованием интернет-приложений не исключение.

Применение теорий поведенческого направления в интернет-приложениях явно усматривается в различного рода играх, однако сами теории наглядно демонстрируют, что общим для всех них является наличие когнитивной составляющей. Причем, чем проще с когнитивной точки зрения игра, тем «проще» теория, ее описывающая.

Ближе всех к решению задачи повышения психологической эффективности профилактической работы находится теория Мида [4] в той части, которая касается выстраивания собственной перспективы на основе перспектив людей, с которыми подросток осуществляет взаимодействие. К таким «играм» можно отнести «ролевые игры» с реальными партнерами. Однако в настоящее время ролевые игры в интернет-среде имеют характер борьбы, а не созидания.

Но не только теория Мида дает нам инструмент для профилактики в игровых средах. Можно использовать идеи формирования творческой активности Скиннера [6], которые применяются в градостроительных симуляторах. В этих же играх развивается когнитивные возможности по теории Бандуры [7] и интернальный локус контроля Роттера [17] на основе наблюдения за процессом развития виртуального города, который происходит под влиянием действий самого подростка.

Взаимодействие с другими людьми не заменит никакая игра. Подросток активно ищет общения, ищет информацию, то есть использует коммуникативную сторону Интернета. «Что касается способов убеждения, доставляемых речью, то их три вида: одни из них находятся в зависимости от характера говорящего, другие — от того или другого настроения слушателя, третьи — от самой речи. Эти последние заключаются в действительном или кажущемся доказывании» [3]. Таким образом, приблизительно два с половиной тысячелетия назад Аристотелем были ясно идентифицированы три аспекта ситуации с убеждением: источник (этнос), аудитория с ее эмоциями (пафос) и содержание сообщения (логос).

Вся всемирная сеть, которую мы подразумеваем под словом «Интернет», дает возможность доступа к информации и различного рода коммуникативным связям. Коммуникативные теории, особенно исследования К. Ховланда [14], позволяют структурировать и комбинировать использование интернет-приложений в профилактической работе в качестве источников убедительной коммуникации. Такими источниками могут служить средства рекламы (рассылка по E-mail, баннеры, видеоролики и т.п.), социальные сети, сайты, форумы, чаты. Разница заключается в том, что часть источников являются интерактивными, то есть диалоговыми, а часть — автономными.

Выстраивать убедительное сообщение необходимо в зависимости от свойств интерактивности. В автономных источниках, к которым относятся сайты, сложное сообщение должно быть текстовым, а простое — визуализированно-озвученным. В диалоговых системах появляется возможность учитывать свойства получателя по его откликам на сообщения. Таким образом, диалоговые системы являются более эффективными в профилактической работе, так как позволяют корректировать последующие убедительные сообщения.

Коррекция убедительной коммуникации может быть основана на особенностях обработки информации получателем. В этом случае найдут применение адаптационные, мотивационные и атрибутивные теории модификации отношений и убеждений. Опираясь на адаптационные теории, как например теорию социального суждения М. Шерифа и К. Ховланда [18], необходимо постепенно увеличивать широту принятия информации, за счет постепенного смещения опоры диалога в сторону более общей ценности, например ценности жизни, и ориентироваться на собственную причастность к рассматриваемому вопросу самого подростка. В Интернете это можно сделать либо при общении на форуме или в чате, либо за счет направленного перехода по ссылкам с одного убедительного сообщения на следующее, с постепенным изменением широты принятия, используя определенные коннотации слов.

Мотивационные факторы [1] имеют одну общую основу — это стремление к балансу. Поэтому любая убедительная профилактическая коммуникация в Интернете должна иметь возможность решить какую-либо проблему подростка. Конечно, можно маскироваться под подростка на форуме или чате кому-то из специалистов по профилактике, но более

продуктивным способом будет являться подготовка волонтеров-ровесников для работы на таких интернет-ресурсах.

Атрибуция [15], пожалуй, один из наиболее часто применяемых способов формирования отношений к чему-либо. Для того чтобы преодолеть сформированное на основе атрибуций отношение или убеждение, необходимо по примеру увеличения широты принятия информации постепенно увеличивать знания о возможных причинах того или иного поведения, на основе которого подросток сформировал свое отношение или убеждение.

Но наиболее действенны для профилактики процессы комбинирования полученной информации [9] и процессы самоубеждения [11], на основе самостоятельно выработанных аргументах «за» или «против». Особенно эффективен «Сократов эффект», но для его применения необходимо использовать видеочаты и видеоконференции, чтобы дать возможность открыто озвучить свои убеждения.

Сторонники разных подходов пытались объяснить разнообразные, отличные друг от друга явления, поэтому различные подходы часто представляют конкурирующие интерпретации результатов конкретного эксперимента. Интересно, что исследования, проведенные для того, чтобы сделать выбор между двумя различными способами объяснения одних и тех же данных, так называемые решающие эксперименты, не привели к отказу от какого-либо подхода. Вместо этого области исследования некоторых подходов были несколько уточнены.

Наиболее общие основания для осмысления процессов изменения отношений и убеждений, в которые заложены основные концепции многих теорий, представляющие шаг к общей теории изменения отношения, представлены в модели наиболее вероятного пути обработки сообщения (англ. вариант термина – ELM: elaboration likelihood model). Эта модель создана на основе экспериментов Ричарда Петти и Джона Качиоппо – «Двойная переработка информации: модель наиболее вероятного пути обработки сообщения» [16].

Петти и Качиоппо в своей модели не только дифференцируют два принципа воздействия, убеждение и пропаганду (внушение), но и уточняют, по какому пути пойдет воздействие коммуникатора на подростка. Некоторые авторы [2] называют эту модель – моделью уточнения вероятности.

Существует и другая обобщенная модель убедительной коммуникации, эвристически-систематическая модель Ш. Чайкена, С. Либермана и Э. Игли, согласно которой формирование установок происходит посредством параллельного воздействия процессов убеждения и внушения [8].

Рассмотрим, какие факторы мотивируют подростка к самостоятельному размышлению о содержании сообщения и формулированию собственных контраргументов и аргументов «за», а также – какие необходимо создать условия для повышения мотивации к такой деятельности.

Авторы модели наиболее вероятного пути обработки сообщения назвали процесс убеждения центральным маршрутом, а процесс внушения – периферийным. Центральный маршрут возможен при использовании коммуникаций, включающих внимание, понимание и запоминание аргументов, содержащихся в сообщении, направлен на самоубеждение, основанное на переосознании идей и аргументов, при самостоятельном формировании образов на основе комбинирования получаемой информации. В итоге убеждение основано на вдумчивом рассмотрении объекта или вопроса. Такое возможно лишь при наличии времени для размышлений. Поэтому использовать один какой-то вид интернет-приложений будет затруднительно – необходим комплекс различных интернет-приложений, соединенных в логическую последовательность и разнесенных по времени.

Периферический маршрут представляет совершенно иную картину процесса убеждения. Он связан с коммуникациями, включающими такие факторы, как награды или наказания, с которыми связано сообщение, или с субъективными оценками, имеющими либо психофизическую основу формирования мировоззрения, либо мотивы поиска баланса или атрибуции. В общем, такой процесс не является вдумчивым. Он более соответствует моделям теорий обусловливания.

Необходимо учитывать, что хотя центральный маршрут производит более постоянное изменение отношений и убеждений, но пренебрегать периферическим маршрутом нет смысла, так как он поддерживает в той или иной степени весь процесс профилактики негативных проявлений среди несовершеннолетних. Результаты периферийного маршрута могут использоваться в следующих сообщениях коммуникационного процесса, тем более что полезно к существующим убеждениям подростка подходить постепенно, фактически косвенно.

Центральный маршрут убедительной коммуникации является, по сути, познавательным процессом, а активное участие когнитивных возможностей человека в ситуации убеждения имеет решающее значение для прочного изменения отношений и убеждений. Почему подростки, да и часто взрослые люди, не используют мыслительный аппарат? Потому что большинство сообщений, которые мы получаем, по сути, являются вопросами относительно тривиальными, и они не стоят затрат нашего времени и энергии, чтобы изучать их внимательно.

Таким образом, два фактора определяют, будет ли человек думать об убедительном сообщении, – побуждение и способность. Понятно, что подростки не будут мотивированы, чтобы думать о каждом сообщении, которое они получают, такое будет происходить только при условии высокой личной значимости. Поведение подростка соответствует его самооценке, а самооценка формируется в общении с окружающими людьми [5].

Любое несоответствие собственных предположений с реальностью может вызвать либо отторжение полученной информации, либо при опоре на познавательную потребность

вызовет желание разобраться с вопросом. Для этого подростку нужен образец такой устремленности, и лучшим образцом будет служить его сверстник. Если такое побуждение возникнет, то на его основе можно развивать возможности обработки информации. Однако если сообщение непостижимо или если у подростка нет внутренней когнитивной структуры для того, чтобы связать сообщение с существующими у него убеждениями, то никакая обработка не может произойти, даже если достаточное побуждение присутствовало. В этом случае необходимо наличие в системе профилактических интернет-приложений своего рода ресурса-шпаргалки, в качестве которой может выступить группа в социальных сетях.

Таким образом, в результате рассмотрения доступных моделей и теорий модификации отношений, убеждений и поведения, можно сделать вывод о том, что для целей профилактической работы в интернет-среде невозможно создать интернет-приложение на основе одного вида интернет-ресурсов, будь то портал, социальная сеть, рекламные и игровые ресурсы. Необходимо использовать комплекс интернет-приложений, объединенный единым системным подходом.

Литература

1. Андреева Г.М. Зарубежная социальная психология XX столетия. Теоретические подходы / Г.М. Андреева, Н.Н. Богомолова, Л.А. Петровская. М.: Аспект-Пресс, 2002.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / под ред. В.А. Сластенина. М.: Издательский центр «Академия», 2000.
3. Аристотель. Риторика // Античные риторика / под ред. А.А.Тахо-Годи. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1978. С. 19.
4. Осипов Г.В. История социологии в Западной Европе и США: учебник для вузов. М.: Издательство НОРМА, 2001.
5. Реан А.А. Психология человека от рождения до смерти. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. С. 368.
6. Скиннер Б.Ф. Оперантное поведение // История зарубежной психологии. Тексты / под ред. П.Я. Гальперина и А.Н. Ждан. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1986. С. 60–95.
7. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб.: Питер, 2006.
8. Чалдини Р. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других! / Р. Чалдини, Д. Кенрик, С. Нейберг. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. (Серия «Главный учебник»).
9. Ajzen, I. Attitudes, Personality and Behavior / Ajzen, I. - Open University Press, 2005.
10. Encyclopedia of human behavior Vol. 4 / ed by Vilanayur S. Ramachandran. Academic Press, 1994.
11. Greenwood P. Prevention and Intervention Programs for Juvenile Offenders // The Future of Children. 2008. Vol. 18, № 2. P.185–210.

12. Haddock, G. Contemporary perspectives on the psychology of attitudes / Haddock, G., Maio, G. R. - Psychology Press, 2004.
13. Hale, J. L. The theory of reasoned action / Hale, J. L., Householder, B.J., Greene, K.L. // The persuasion handbook: Developments in theory and practice / ed by J.P. Dillard & M. Pfau CA: Sage, 2003. P. 259–286.
14. Hovland, C.I. Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. / Hovland, C.I., Janis, I.L., Kelley, H.H. - Greenwood Press Reprint; New edition edition, 1982.
15. Lord, R. G. Emotions in the Workplace: Understanding the Structure and Role of Emotions in Organizational Behavior / Lord, R. G., Klimoski, R. J., Kanfer, R. Pfeiffer, 2002.
16. Petty, R.E. Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change / Petty, R.E., Cacioppo, J.T. // Springer Series in Social Psychology. Springer, 1986.
17. Rotter, J.B. Social learning and clinical psychology. NY: PrenticeHall, 1954.
18. Sherif, M. Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change / Sherif, M., Hovland, C. I. New Haven: Yale University Press, 1961.
19. Terry, D. J. Attitudes, Behavior, and Social Context: The Role of Norms and Group Membership / Terry, D. J., Hogg, M. A. - Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000.
20. Zimbardo, P. G. Influencing attitudes and changing behavior / Zimbardo, P. G., Ebbesen, E. B., & Maslach, C. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1977.