

## ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС В СФЕРЕ УСЛУГ

Ю. В. Малахова

## E-BUSINESS IN THE SERVICE INDUSTRY

Yu. V. Malakhova

Основным предметом анализа в настоящей статье выступают информатизация и глобализация социокультурного пространства, а также информационные технологии в сфере услуг. Отмечаются преимущества и недостатки электронной коммерции, определяется идеология электронного бизнеса, существенные признаки информационного общества и его основные принципы, характеризующие реальные процессы в обществе «третьей волны», а также подчёркивается значение «человеческого капитала», то есть подготовленных кадров, владеющих современными интеллектуальными информационными технологиями.

The paper analyses the informatization and globalization of socio-cultural space and information technologies in the service industry. The advantages and disadvantages of E-Commerce are outlined; the ideology of E-Business is defined. The main features of informational society and its main principles, which characterize the real processes in the “third-wave”-society are described; the importance of human resources as educated specialists with modern intellect information technologies expertise is underlined as well.

**Ключевые слова:** информация, знание, информационное общество, принцип, электронное обучение, обучение через Интернет, дистанционная помощь преподавателя, «мягкие способности», электронная коммерция, электронный бизнес, образовательные технологии, сфера услуг.

**Keywords:** information, knowledge, information society, principle, E-learning, Web-education, Tele-tutoring, Soft Skills, E-Commerce, E-Business, educational technologies, service industry.

Основным признаком современного общества является «всеохватывающая информатизация», проникающая и продолжающая проникать во все сферы социального мироустройства. Поэтому термин «информационное» при характеристике данного периода развития общества наиболее адекватен стадии развития человечества, на которой информация становится ключевым объектом производства и потребления. В наступившем столетии решающее значение для экономической и социальной жизни, для способов производства знания, а также для характера трудовой деятельности человека приобретет развитие нового социального уклада, зиждущегося на телекоммуникациях. Знаменем развернувшейся революции в организации и обработке информации, знаний стал компьютер. Именно он – символ и одновременно материальный носитель технологической революции, коренным образом трансформировавший общество второй половины XX века [2]. Ключевая роль в новом обществе отводится информации и электронным средствам, обеспечивающим техническую базу для её использования и распространения.

Интегральная картина информационного общества, его реальность представлена основными категориями: *плюрализм, децентрация, неопределённость, фрагментарность, изменчивость, контекстуальность*. Эти понятия характеризуют реальные процессы в обществе «третьей волны» [7].

Определяющие принципы информационного общества утверждают разнообразие. Если говорить об экономике, то разнообразие обнаруживается не только в типах техники, товарном ассортименте и видах услуг, но и в потребности в широком спектре различных профессий. Причем рабочий «третьей волны» мыслится уже не как придаток конвейера, который можно заменить любым другим, а как разносторонне

развитая, изобретательная, инициативная личность. Технология «третьей волны» обеспечивает социальное разнообразие и воплощается не только в области экономики – оно пронизывает все сферы и подсистемы общества. Утверждение разнообразия как некоей фундаментальной основы гарантирует плюрализм, то есть равноправное сосуществование самых разных позиций, и информационное общество создает условия для реализации этого принципа.

Информационное общество, утверждая фрагментарный, децентрализованный образ мышления людей, уходит из-под власти всеобъемлющих универсалий. А их власть, иногда агрессивную, иногда мягкую и незаметную, но при этом не менее действенную, не следует недооценивать [6]. Она господствует над сознанием человека в общих понятиях типа «нация», «государство», «партия», «конституция», «университет» и т. п.

Информационное общество можно рассматривать как качественно новую ступень развития всего человечества, что приводит к преобразованию общества в целом. При этом происходит:

– *формирование* единого мирового информационного пространства и углубление процессов информационной и экономической интеграции стран и народов;

– *становление* и последующее доминирование в экономике новых технологических укладов на базе массового использования сетевых информационных технологий, средств вычислительной техники и телекоммуникаций;

– *создание рынка* информации и знаний как равноправного аналога рынка природных ресурсов, труда и капитала, расширения доступа к информационным ресурсам социально-экономического развития;

– *возрастание роли* телекоммуникационной, транспортной, организационной инфраструктуры и совместного функционирования в экономике информационных и денежных потоков;

– *реальное удовлетворение* потребностей общества в информационных продуктах и услугах при безусловном исключении цензуры;

– *повышение уровня* образования за счет расширения информационного обмена на международном, национальном и региональном уровнях и, соответственно, повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик услуг труда;

– *обеспечение* информационной безопасности личности, общества и государства, создание эффективной системы реализации прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации.

Информационное общество не сводится к системам телекоммуникаций и информационным ресурсам. Информацию необходимо переработать в полезное знание, а информационная экономика основана на инновациях. В построении информационного общества нет заданных алгоритмов, могут реализоваться разные его модели, поэтому информационное общество – общество непрерывного обучения.

Поскольку информация занимает существенное место в социальном пространстве, особое значение приобретает способность контролировать информацию, а не контролировать людей с помощью информации. Человеческая деятельность, включая учение, работу, досуг, контакты с руководством, банком и т. п., осуществляется посредством телекоммуникаций. Следовательно, эта деятельность базируется скорее на представлениях о реальности, чем на самой реальности.

Структурные преобразования в промышленности приводят к исчезновению одних видов работы и появлению новых. Этот процесс представляет угрозу для многих. Происходят существенные перемены в качестве и организации труда. Организации должны быть достаточно гибкими, чтобы функционировать в условиях конкуренции нового типа и быстрых новаций.

В информационном обществе, наряду с сектором производства материальных благ и услуг, регулируемым рынком, расширяется сектор "производства человека". Он приобретает доминирующее значение, сужая сферу рыночных отношений. Духовное производство всё более определяет сферу совокупного производства, подчиняя себе его структуру, содержание и динамику. "Человеческий фактор" становится и целью, и ведущим компонентом. Наряду с прежней, частично-корпоративной и индустриально-капиталистической, складывается интеллектуальная индивидуальная собственность, измеряемая духовными ценностями. Собственно рыночные отношения в сфере "производства человека" отходят на второй план, уступая место новым социокультурным факторам: интеллектуальному, творческому и социальному потенциалу личности. Происходит перераспределение расходов на материальное производство в пользу науки, образования, социального обеспечения, здравоохранения и

рекреации. Ведущая роль в производстве всё в большей степени принадлежит не производственным корпорациям и бизнесменам, а институциям исследования и развития, индустриальным и экспериментальным лабораториям, научным центрам и университетам. Повышается степень самостоятельности каждого функционирующего работника, располагающего своей квалификацией и знаниями как существенным вкладом в процесс производства.

Становление нового типа человека как носителя «информационной культуры» требует огромных затрат: на воспитание детей в семье, на образование, на прогрессивные типы социализации, становления и развития личности. Для этого необходим весь огромный мир культуры – прошлой и современной, но не в качестве забытого "наследия", а как предпосылка и средство постоянно происходящего духовного производства, основным продуктом которого становится "многомерный человек", способный овладеть миром современных проблем. В интеллектуальной собственности воплощаются огромные затраты средств, времени и труда, складывающиеся из расходов государства, частных, общественных фондов и собственных усилий человека на саморазвитие. Это означает, что в информационном обществе сфера культуры в её новом состоянии, включая семью, образование, науку, информатику, художественную деятельность, приобретает качественно новую роль, становясь ведущим сектором производства, его "базисом" и движущей силой. Тем самым диктуются требования к содержанию профессионального образования. Сегодня содержание труда больше интересует работника, чем заработная плата, и гуманизация производства становится необходимостью, так как без неё нет активизации инициатив и высокого качества труда.

В информационном обществе складывается и принципиально иной тип производства (генерации), распространения (трансляции) и хранения (депонирования) культуры. Культура стала наиболее динамичным, по сравнению с техникой, компонентом цивилизации [1]. Поставляя идеи, образы и стили для массового производства, она также подвергается переменам, которые так или иначе сдерживаются ограниченностью ресурсов (как в экономике) или инертностью сложившихся институциональных структур (как в политике), а также инерцией подключения различных слоев населения к инновациям. Основное препятствие к распространению обновляющейся культуры – трудность для массового усвоения. Однако, завоевав ведущее место законодательницы новых принципов, добившись признания того, что новое и оригинальное обладает бесспорной ценностью, культура уже не просто пассивно воспринимает новое, но создает всеобъемлющий рынок, жадно поглощающий новаторские произведения, поскольку они ценятся выше, чем устаревшие. Искусство утверждает свою роль не оторванного авангарда, а "штурмового отряда" общественного развития. Авангард побеждает и становится общепризнанным. В результате вся культура моделируется по образу авангардистской, и в ней происходит постоянная диффузия из "трудного" искусства "высококолобой" культуры в массовую. Сама идея авангарда, будучи узаконенной, служит институциализации

примата культуры в области нравов, обычаев и социальных отношений.

В «доинформационный» период основную нагрузку нес личный контакт – с другим человеком, учителем, мудрецом и т. д. Этот контакт и поныне незаменим на ранних этапах формирования человека, в различных сферах личного общения. До недавнего времени преобладающей была книжная культура, следуя которой, каждый человек в процессе своего формирования и для "поддержания уровня" прочитывал сотни и тысячи книг и другой печатной продукции. Эта культура заполнила наши квартиры множеством книг и журналов, создала разветвленную сеть библиотечных хранилищ, книгопечатную индустрию. На протяжении веков текстовая литература была ведущей формой художественного творчества.

В информационном обществе всё большее значение приобретает "экранная" культура, создаваемая на основе аудиовизуальной техники, соединения компьютера с видеотехникой и новейшими средствами связи. Производство, хранение, передача и потребление информации производится на принципиально иной технологической основе, что приводит к *коренным изменениям в культуре*:

1. "Экранная культура", основанная на компьютерно-космической технологии обработки и передачи информации, интернациональна по своей природе и легко пересекает национально-государственные границы. Не подвержена она и языковым ограничениям, проникая в сознание разноязычной аудитории "без переводчика".

2. Компактность новых систем хранения информации и способность её надёжного и быстрого переноса на любые расстояния делает возможной радикальную децентрализацию любых процессов, включая производство, управление, образование и т. д. Вместо централизованных иерархических систем возникают сети коммуникаций и отношений, поддающиеся относительно легкой трансформации в зависимости от динамики задач и функций. Такая система коммуникаций сохраняет для государственных органов и бюрократии возможность манипулировать движением информации. Новые информационные технологии во многом меняют принципы функционирования культуры, протекание и содержание духовных процессов, формы знания и типы мышления.

3. Доступность и разнообразие информации, получаемой по современным каналам массовой коммуникации, приводят, с одной стороны, к значительной однородности всемирного культурно-информационного пространства, к ослаблению и снятию всех барьеров и "занавесов", а с другой – к огромному разнообразию этой информации, из которой человек может выбирать то, что отвечает его потребностям. Видео-компьютерная и космическая связь наглядно и чувственно доносит до человека достоверные впечатления о самых различных обстоятельствах, явлениях, происходящих во всех странах и среди всех народов.

В информационном обществе преобладает ориентация на будущее. Впрочем, прошлое может уютно устроиться в новом укладе жизни в стиле "ретро". Общество «пишет» сценарий будущего, правительство обязано планировать, корпорация должна разраба-

тывать стратегии реконструкции в предвидении будущих изменений рынка, а каждый индивид обязан строить свою жизнь, исходя из соображений о карьере. Общество ставит перед собой все новые и новые цели, рационально рассчитывает пути и этапы продвижения к ним. Отказ от такой установки со стороны правительства ведёт его к поражению на выборах. Корпорация терпит убытки и разоряется. Человеку приходится сокрушенно выяснять, где и когда он не сумел сделать должный выбор. Эта установка воздействует как на чувственную восприимчивость, так и на менталитет человека. Она структурирует его реакции, развивает склонность ловить новизну, избегать рутинных профессий, "чувствовать время", подчинять настоящее соображениям будущего.

С появлением масс-медиа прежнее культурное достояние общества или индивида утрачивает свое значение. Даже базовая система образования, принятая в обществе, перестает играть прежнюю роль. Для рядового человека гораздо большее значение имеет сегодня не сумма знаний, полученных в семье, школе или колледже, а то, что он услышит по радио, увидит по телевизору или в кино, прочтёт в афише или в газете, узнает из разговора с сослуживцами и соседями. В результате прежняя более или менее целостная система знаний и ценностей, составлявшая мировоззрение и структуру личности, заменяется набором переменчивых установок, на которые постоянно воздействуют масс-медиа.

Тем не менее "компьютеризация всей страны" отнюдь не означает устранения прежних форм передачи знаний и информации. Свою роль по-прежнему выполняют личностные формы трансляции культуры от родителей к детям, от учителя к ученику. Сохраняется и книжная культура или созерцание классического искусства, выражающего высокие образцы человеческого духа и высшие ценности. Но новая эра ведет к формированию иной структуры духовной жизни, в которой преобладающее место занимают новейшие средства информатики.

Всё большее значение приобретает обеспечение "общества потребления", т. е. максимальное расширение доступа к товарам и услугам, вплоть до их "демонстрационного навязывания" потребителям и стимуляции спроса на товары, не имеющие достаточной функциональной пользы. Другая сторона такого потребления – культ развлечений, не ведущих к развитию личности, а лишь создающих некоторую замену функциональному участию в "большом бизнесе" и динамичных сферах материального или духовного производства. Этим целям может служить как "высокая", так и "массовая" культура.

Глобализация экономики и революция в сфере информационных технологий – движущие силы информационного общества, а наука и образование – его важнейшее «сырьё». Для соответствия изменившимся требованиям нужно «поставить на безусловного фаворита»: перманентное образование как фактор успешности в делах. Информационные технологии и Интернет обозначили новые пути в развитии образования. Всемирная информационная сеть открывает возможности глобального взаимодействия: в эпохе E-learning (электронное обучение) в виртуальных ауди-

ториях (Fore) через Internet взаимодействуют субъекты и группы. Web-education (обучение через Internet), Computer-Based-Learning (обучение на компьютере и через компьютер с использованием обучающих программ), Tele-learning (обучаемые находятся в разных географических пунктах), Tele-tutoring (дистанционная помощь преподавателя) – ключевые понятия нового образовательного пространства. К ним относятся интерактивность и визуализация учебного материала при их абсолютной независимости от времени и пространства, Computer-Based-Training (CBT) и Web-Based-Training (WBT), где учебный материал хранится на CD или во «всемирной паутине». В виртуальных семинарах не знакомые друг с другом студенты консультируются с преподавателем через систему Tele-Tutor (E-Mail). Новые технологии взаимодействия, извлечения информации требуют иных дидактических разработок. В World Wide Web информация расположена не линейно, глава за главой, а скомпрессована в информационных модулях, отвечающих потребностям субъектов; материалы и взаимоотношения структурируются по принципу мультицентрации (каждый реально поставлен в центр социокультурного взаимодействия).

Образованность, креативность, компетентность, коммуникабельность – важнейший капитал в информационном обществе. Однажды обретенная профессия – уже не гарантия пожизненной занятости; конкуренцию на рынке труда выдерживает обладатель softskills («мягких способностей»): гибкости, самостоятельности, способности к работе в команде, к принятию решений, к перегрузкам, креативности, мобильности, толерантности, культурной и интеркультурной компетентности. Выпускник получает в качестве «багажа» два вида знания: «умное» как результат ответственного и критического отношения к фактам и информации – оно может постоянно расширяться – и «умеющее», позволяющее решать проблемы в профессиональной и общественной жизни – оно может постоянно совершенствоваться [5]. Чтобы интериоризировать – «присвоить» – эти знания, человек должен научиться учиться. А это далеко не простая «работа» – учиться.

Информация – основа любой общественной структуры. Она – не только конструктивный признак современной экономики, но и генеральный принцип организации современного общества, форма его существования, главный «строительный материал» жизни каждого его члена. Растёт социальное значение информации. Опасения, что человек (homo sapiens) – существо, обречённое на вымирание, превратится в «винтик общественной машины», а позднее будет вытеснен роботами (robo-sapiens), на наш взгляд, несостоятельны. Человеческий разум предпослан наличием мозга, «обитающего» в теле и «оснащённого» сенсорами. Человек живёт в мире и изучает, осваивает его. Значительная доля интеллектуальных решений и интеллектуальной деятельности базируется на взаимодействии в группе – «социальном разуме», наиболее ярким проявлением которого является язык, дающий возможность понять другого, распознать сложные социальные взаимоотношения. Не следует переоценивать достижения науки и техники. Они ру-

ководны. Парадоксально, но факт: именно наука и техника выступают важнейшими источниками всё увеличивающейся открытости и неопределённости, неясности, смутности современных общественных отношений. Общество, приобретая в информированности, действует всё более «разрушительно», деструктивно, и ответственность за это несут не глобализация, не всемирная экономизация отношений, а инициированная безбрежным потоком информации утрата тоталитарными структурами их господства. Век индустриального общества идёт на убыль, стремительно приближается к своему финалу; способности и умения, необходимые для функционирования в его условиях, теряют своё значение и востребованность. На пороге – новый общественный порядок, базирующийся на информации, на «умеющем знании» как способности к деятельности, возможности «запустить в ход» определённый процесс, привести его в движение, заставить результативно работать. Современное понимание термина «научное/технологическое знание» – это возможность и умение действовать сообразно обстоятельствам, конкретной ситуации объективной реальности. Особое значение знания в современном обществе состоит не столько в его объективности, достоверности, незыблемости, неоспоримости и соответствии реалиям, сколько в создании на его основе инновационных способностей к взаимодействию, необходимых как отдельным индивидам, так и любым социальным структурам, будь то фирма, предприятие или государство. Такие социальные изменения основаны на отношении к науке не только как к ключу, открывающему доступ к тайнам Вселенной, но и как к средству, позволяющему наблюдать за её развитием и активно включаться в него. Информированность становится для человека-деятели нитью Ариадны, выводящей на просторы познания и определяющей вектор активности.

Развитие Интернета в последние годы привело к тому, что экономике и обществу открылись новые возможности получения и производства информации. Не последнее место в этом процессе занимает продажа и покупка товаров и услуг через интернет. Эту новую форму торгового бизнеса называют «Электронная коммерция» (Electronic Commerce, E-Commerce).

E-Commerce включает в себя не только покупку товаров и услуг, но также и расчёт через электронную сеть. Интернет в этом процессе представляет собой базу для развития E-Commerce и может рассматриваться как «виртуальная торговая площадь».

Примерами E-Commerce могут служить распространение информации (сообщений), предложение услуг (обучающие модули или банковские услуги в режиме On-line), распространение физических товаров – книг, мебели, предметов одежды и обихода, компьютеров, автомобилей и т. п.

Новая форма торговли через Интернет имеет, вне всякого сомнения, массу преимуществ. Однако, несмотря на то, что покупки через электронную сеть не отягощены практически никакими трудностями и осуществляются в сверхскоростном режиме, потенциальные клиенты всё ещё испытывают недоверие к этой форме виртуальной реальности. Продавцы также больше доверяют непосредственной, с глазу на глаз,

торговле, чем виртуальной. Им не хватает прямого, непосредственного взаимодействия с покупателем, осязаемый контакт с которым исключён и чья личность остается «за кадром». Многим покупателям и виртуальная форма оплаты кажется слишком сложной. Напрягают клиента и возможный обмен товара, его возврат. Большую роль играет предубеждение

против необходимости указания персональных данных при виртуальных покупках. По данным социологического опроса, проведённого в Германии, каждый третий потенциальный покупатель в режиме On-line связывает покупку через интернет с дискомфортом вследствие предоставления исчерпывающей информации о себе и поэтому отказывается от сделки [8].



Повышение скорости и мощности бизнес-функций	Независимость от времени работы торговой фирмы (представительства)
Экономия времени и средств при заключении сделок и выполнении заказов	Удобство для совершения сделок – не выходя из дома
Улучшение сервиса для клиентов благодаря быстрой целерациональной информации	Большой выбор товаров и услуг
Гибкая политика при производстве товаров и услуг в соответствии с желаниями клиентов, информацию о которых производитель получает при прямой коммуникации с отдельным потребителем	Возможность тотального и быстрого сравнения цен
Отсутствие пространственных барьеров во взаимодействии с деловыми партнёрами	Наличие информации о возможностях доставки товара
Рынок может быть открыт с меньшими затратами	Простейшая возможность предложения и заказа на мировом рынке

Однако, в общем и целом преимущества E-Commerce перевешивают недостатки. В настоящий момент ни одна сфера экономики Запада не испытывает такого подъёма и роста, как торговля через Интернет. Всё больше предпринимателей осваивают виртуальный рынок. Пятая часть производителей Европейского Союза, наряду с традиционными схемами распространения своих товаров и услуг, переходит сегодня на режим On-line, осваивая тем самым виртуальное пространство. Наиболее развита электронная торговля в Германии, где её возможности использует каждый третий предприниматель. Страны, расположенные в южной части Европы, отстают в этом процессе. Такое отставание может отодвинуть их на задворки мирового рынка, поскольку E-Commerce стимулирует быстрый рост производительности труда и межгосударственные экономические взаимоотношения [9].

Наряду с понятием «E-Commerce» в последнее время получает распространение понятие «E-Business». Его содержание более объёмно, чем содержание понятия E-Commerce. Оно включает в себя не только возможности реализации продаж и покупок через интернет, но и полномасштабное реструктурирование предприятий с учётом применения новых технологий. Сюда относятся электронная почта (E-Mail), виртуальная книга (E-Book), движение денежных потоков через электронную сеть (E-Payment) и многие другие инновационные технологии. Следовательно, E-Business означает расширение электронных средств в системе экономики и предпринимательства. Не заложив основы перехода в сферу E-Business, фирма/организация не может достаточно эффективно использовать преимущества E-Commerce.

E-Business, Интернет и глобализация находятся в тесной взаимосвязи и взаимозависимости. Чем больше количество фирм/организаций, работающих в сфере мировой экономики, тем скорее они должны перестроить свою деятельность в соответствии с идеологией E-Business. Современные реалии подталкивают всё большее количество людей стать покупателями в виртуальном пространстве, полностью используя возможности электронной сети. Этот новый вид коммуникации, в свою очередь, заставляет предпринимателей активно искать и находить новые возможности оптимального предложения товаров и услуг в виртуальной сети и предупредительного отношения к возможным потребителям. Прежде всего, это касается крупных международных организаций и корпораций.

E-Business характеризуется тремя отличительными особенностями: Intranet, Extranet, Internet.

Сетевая система «интранет» функционирует внутри самого предприятия/организации. Здесь действуют те же стандартные технологии, которые разработаны в Интернете. Внутрифирменные Web-страницы защищены от постороннего вторжения так называемыми «огненными стенами» (Firewalls) и другими технологиями безопасности (надёжности), которые защищают систему от проникновения в неё посторонних для данной фирмы лиц с целью получения информации, предназначенной только для внутреннего пользования.

Сетевая система «экстранет» охватывает сферу взаимодействия предприятия/организации с его/её партнёрами (как правило, на принципах кооперации). Экстранет состоит, по меньшей мере, из двух связан-

ных через Интернет сетевых систем «интранет», что позволяет партнёрам взаимно использовать необходимые технические и фактические данные.

Сетевая система Интернет обслуживает взаимодействие всех со всеми в электронной сети. Это сфера коммуникаций между клиентами и организацией. Здесь могут быть предложены (вывешены на Web-страницах) товары и услуги. Каждая фирма имеет свою Web-страницу, где могут совершаться покупки, что означает E-Commerce в его классическом понимании.

К сожалению, система E-Business так же страдает от хакерства и троллинга, как и всё Интернет-пространство. Это проблема планетарного масштаба, справиться с которой призваны различные антивирусные программы.

Как известно, сетевая система Интернет находит широкое применение и в мировом образовательном пространстве. Однако сегодня уже нет бурных восторгов по поводу электронного обучения (E-Learning). Наступает период отрезвления после первых лет безудержной эйфории, вызванной неограниченными возможностями обучения через мерцающие экраны мониторов. Виртуальные образовательные программы не получили ожидавшегося резонанса у персонала и руководства организаторов и пользователей системы E-Learning. При этом энтузиасты, как и прежде, не устают перечислять преимущества E-Learning: возможность самоуправления образовательным процессом; учёт индивидуального темпа усвоения учебного материала; снижение времени на заучивание; независимость содержания учебного материала, получаемого через Интернет, от времени; трансляция содержания, в случае необходимости, на различных языках; возможность использования учебного материала в любом месте земного шара [5]. Энтузиазм приверженцев E-Learning не нивелирует его недостатков, видимых невооружённым глазом: отсутствие непосредственно контакта субъектов образовательного пространства, когда от заинтересованного взгляда не ускользает «движения души», когда лёгкое прикосновение дружеской руки снимает напряжение непонимания или психологический стресс.

Станет ли экран на рабочем столе пользователя воплощением виртуальной учебной аудитории с возможностью постоянных контактов с теле-тьютором? Канут ли в Лету в самом ближайшем будущем высокотратные (и в экономическом, и в терминальном аспектах) презентации? Как показывают многочисленные консультации заинтересованных сторон, такой сценарий вряд ли реалистичен. Наряду с этим, опыт (и автора, в том числе) убеждает, что E-Learning значительно расширяет возможности традиционных информационных технологий, а в ряде случаев может полностью заменить их, а это практически беспредельно раздвигает горизонты образовательного пространства.

В обучающихся организациях проблема состоит в следующем. Значение роли E-Learning персонал признаёт тем скорее, чем более руководящее звено ориентировано на внедрение новых обучающих технологий. При этом крупные организации/фирмы скорее реагируют на необходимость применения технологий E-Learning, чем мелкие предприятия. Так, например,

корпорация «Сименс» применяет на своих фирмах, разбросанных по всему миру, смешанные формы обучения персонала, используя элементы системы E-Learning, такие как виртуальные аудитории (Virtual Classroom, VC) или интернет-курсы (Webbased Training, WBT). Такое комбинированное обучение получило название «Blended Learning». Простые тренинговые компьютерные программы (Computer Based Training, CBT) больше не играют для «Сименс» такой значимой роли, как для более мелких предприятий. Без применения технологий E-Learning корпорациям подобного масштаба невозможно обучить тысячи своих сотрудников в разных странах за короткий период времени, дать им тот объём знаний, который необходим в работе. Так, за шесть месяцев корпорация «Сименс» обучила 17400 своих работников из 45 стран, занятых в сфере Enterprise Network. Корпорация IBM обучает свой руководящий корпус также с помощью системы E-Learning. В программе «Basic Blue» только 25 % содержания транслируется традиционным способом. Успех превосходит все ожидания. Программа принесла корпорации экономию средств в 20 миллионов долларов, не говоря уже о всевозможных наградах и титулах. Поэтому можно считать, что применение Blended Learning не упирается в экономическую проблему, программы смешанного обучения окупаются очень быстро.

Если кратко сформулировать преимущества Blended Learning [10], то они выльются в следующие:

- возможность оптимальной комбинации и эффективного сочетания элементов традиционных образовательных методик, приёмов и способов и технологий E-Learning;

- концепция Blended Learning структурирована, как правило, тремя фазами: подготовка, организация презентации и заключительный этап (включающий рефлексию), устраняя тем самым недостатки классических презентаций;

- к доцентам и модераторам, проводящим обучение, предъявляются новые требования: они должны быть способны к органичному сочетанию традиций и инноваций.

К инновационным технологиям, дидактизирующим процесс взаимодействия с World Wide Web, относится «WebQests» – это формат справочно-ориентированного аудиторного занятия, в котором вся или большая часть информации, с которой работают обучающиеся, поставляется из Интернета. Суть данной модели в следующем. Аудитория получает задания, которые можно решить, используя Интернет как источник получения информации и одновременно как учебный инструмент. Обучающиеся получают от преподавателя «настоящие» Интернет-адреса, в которых содержится важная информация. Дополнительно они используют также форумы, виртуальные группы в социальных сетях, справочные ресурсы. При этом они могут опираться на имеющуюся в их распоряжении образовательную базу. Модель Web-поиска имеет определённую структуру, которая, в свою очередь, базируется на основах конструктивистской дидактики. Эта структура исчерпывается семью элементами: *введение; постановка учебных задач; процесс; ресурсы; презентация; самооценка; итог* (подробнее: [3]).

Резюмируя сказанное, можно констатировать, что E-Learning и его «сводный брат» Blended Learning, а также иные инновационные дидактические модели представляют собой альтернативные концепции в сфере образования и бизнеса. Эти идеи можно с ус-

пехом использовать в краткосрочных программах повышения квалификации, в учебных курсах учреждений высшего [4] и среднего профессионального образования, а также в процессе информирования клиентов о предоставляемых товарах и услугах.

### Литература

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. – М., 1999. – 172 с.
2. Белл, Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл. – Сокр. пер. Ю. В. Никуличева. В кн.: Новая технократическая волна на Западе; под ред. П. С. Гуревича. – М., 1988. – 69 с.
3. Малахова, Ю. В. Интернет-технологии в образовании как фактор оптимизации интеллектуального потенциала личности / Ю. В. Малахова, В. В. Хохлова // Инновация в образовании. Современная психология в обучении: Он-лайн-конференция, 8.10.2013. – Режим доступа: [pedagogy 2013.pdf](#)
4. Малахова, Ю. В. Модернизация дидактики высшего профессионального образования / Ю. В. Малахова, В. В. Хохлова // Междунар. научно-практ. конф.: Развитие аграрного сектора экономики в условиях глобализации: ВГАУ им. Петра I. – Воронеж, 2013. – 6 с.
5. Малахова, Ю. В. Образование в информационном обществе: социологический аспект: дис. ... канд. социол. наук / Ю. В. Малахова. – Н. Новгород, 2002. – 178 с.
6. Маркузе, Г. Эрос и цивилизация: философ. исследов. учения Фрейда / Г. Маркузе; пер с англ. – Киев: Гос. б-ка Украины для юношества, 1995. – 314 с.
7. Тоффлер, А. Раса, власть и культура / А. Тоффлер. – М.: Политиздат, 1983. – 233 с.
8. Режим доступа: [www.goethe.de/markt](http://www.goethe.de/markt)
9. Режим доступа: [www.jochen.mail@wiwo.de](mailto:www.jochen.mail@wiwo.de)
10. Режим доступа: [www.didakta-magazin.de](http://www.didakta-magazin.de)

### Информация об авторе:

**Малахова Юлия Витальевна** – кандидат социологических наук, доцент, заведующая кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин Института пищевых технологий и дизайна филиала Нижегородского государственного инженерно-экономического института, 8-920-258-06-58, [julija\\_m@inbox.ru](mailto:julija_m@inbox.ru).

**Yulia V. Malakhova** – Candidate of Sociology, Associate Professor, Head of the Department of Humanitarian, Social and Economical Disciplines, Institute of Food Technology and Design, Division of Nizhni Novgorod State Engineering and Economics Institute.

*Статья поступила в редколлегию 31.10.2013 г.*