

8. Михайлец Г. П. Практическая имиджелогия: управляй своей репутацией! – М. : Вершина, 2008. – 200 с.
9. Юдина Т. А. Формирование системы управления репутацией высшего учебного заведения. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pguas.ru/science/advertisement> (дата обращения: 6.09.2012).
10. Шилина Ю. Репутация компании. Безупречность как основа капитала. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://habeas.ru/category/zhurnal/prodvizhenie-prodovolstvija-2010-%E2%84%9604/reputacija-kompanii> (дата обращения: 6.09.2012).
11. Резник С. Д., Юдина Т. А. Система и механизмы управления репутацией высшего учебного заведения // Университетское управление: практика и анализ. – 2010. – № 2. – С. 51–57.
12. Мясоедов А. Нетнография для инноваций. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.socismr.com/themes/default/material.asp?folder=1986&matID=2371> (дата обращения: 6.09.2012).

Принята редакцией: 30.05.2013

УДК 378 + 004.738.5

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ОБУЧАЮЩИХ МЕРОПРИЯТИЙ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

А. А. Мышанский (Новосибирск)

Автор проанализировал потенциал использования обучающих online-мероприятий в организации учебного процесса в высшей школе. Формирующаяся в настоящее время виртуальная коммуникационная среда предоставляет множество новых возможностей организации обучения. Автор предлагает вариант интеграции традиционных форм организации практических занятий в новой коммуникационной среде. В статье рассмотрены виды online-мероприятий, проводимых коммерческими организациями, их сильные и слабые стороны, а также выделены наиболее перспективные форматы проведения обучающих online-мероприятий.

Ключевые слова: *e-learning, online-мероприятия, вебинар, дистанционное обучение.*

THE SPECIFICITIES OF THE INTERNET-BASED TRAININGS

А. А. Myshansky (Novosibirsk)

The author analyzes the potential of online-learning activities in the educational process in higher education. The development of the virtual communication environment provides many new opportunities for the training process organization. The author offers an option of integrating the traditional forms of practical training organization in the new communication environment.

© Мышанский А. А., 2013

Мышанский Андрей Алексеевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Новосибирский государственный педагогический университет.

E-mail: myshansky@mail.ru

The article considers the types of online-activities that are conducted by commercial organizations, their strengths and weaknesses, as well as indicates the most prospective forms of the online-learning activities.

Key words: *e-learning, Internet-based Trainings (IBT), web-based trainings, webinar, remote training.*

Практическое применение обучающих online-мероприятий в деятельности специалистов разных уровней и специальностей все более приобретает актуальность и становится эффективным инструментом взаимодействия с различными аудиториями студентов и слушателей.

В современном мире, где влияние новейших технологий на все аспекты жизни с каждым годом все ошутимее, индустрия обучающих тренингов, мастер-классов, как и любые другие аналогичные индустрии, неизбежно меняется, подстраивается под новые стандарты, новые требования аудитории, новые правила игры. Одним из частных следствий такого положения вещей является формирование фактически отдельной индустрии – планирования и проведения виртуальных online-тренингов и иных online-мероприятий.

Идея виртуального тренинга в целях привлечения массового интереса как на корпоративном, так и на доступном широкой общественности уровне появилась давно. А технологический прием привлечения слушателей к интересным темам и методикам, обладающий сильным эмоциональным воздействием на целевую аудиторию, не только не потерял своей актуальности сегодня, но и приобрел статус одного из основных инструментов многих бизнес-тренеров и преподавателей-практиков, работающих с аудиториями удаленно [1].

Одним из таких новаторских приемов является формат online-тренинга, объединяющий в своей основе формат традиционных тренингов в системе «offline» и «online»-среду трансляции, понятие online-тренинг, или специальное обучающее мероприятие в сети Интернет, – это специальное событие, организованное преподавателем или группой преподавателей-тьюторов, направленное на группу людей, объединенных общими интересами в среде Интернет, и не имеющее территориального материального расположения [2].

Сегодня это направление набирает все большие обороты и становится важной частью корпоративных коммуникаций, поскольку помимо ключевой функции online-тренинги обладают рядом дополнительных, таких как предоставление маркетинговой информации; при этом каждое действие участников можно отслеживать и оценивать, а виртуальный показатель участия является переменной для определения взаимодействия качества и количества участников [3].

Весь комплекс online-обучения носит интерактивный характер и является аналогом событий offline. Обычно они представлены как ряд мероприятий формата «конференция» по индивидуально введенной проблематике или как комплекс событий, объединенных единой тематикой обсуждения [4]. Такие мероприятия обычно проходят на специально предоставленных интерактивных площадках и включают ссылки на дополнительные сервисные сайты, для ознакомления участников с контентом пред-

ставленной проблематики, а также дополняются специальными возможностями приложения (такими, как электронные презентации, звуковые и иллюзорные приложения, возможности ведения блога и чата между участниками, а также визуальный контакт участников, доступный посредством web-камер). Совокупность всех участников online-мероприятия принято называть интерактивной площадкой проведения события.

Обучающие семинары и другие online-тренинги, как и прочие виртуальные мероприятия, могут вести специально приглашенные модераторы либо внутренние специалисты организации, имеющие определенный практический опыт проведения бизнес-тренингов «классического» формата и дополнительные знания IT-технологий.

Успешность того или иного обучающего online-мероприятия определяется следующими особенностями.

Во-первых, это оперативность и актуальность информации. Здесь в основе лежит ключевая особенность Интернет-пространства – динамика доступных новостных обновлений, при этом за счет оперативности специального online-мероприятия обсуждение ключевых вопросов становится доступным любой организации транснационального или филиального характера, что обеспечивает одинаковую доступность получения как для головного штаба, так и филиальных подразделений.

Виртуальные события используются не только для проведения обучающих тренингов для персонала, но также для презентации продукции или услуг, проведения ведомственных совещаний и заседаний по управлению продуктами и человеческими ресурсами [5].

Сегодня специальные online-мероприятия также становятся источником информации для традиционных медиа – в силу количественной неограниченности интерактивной площадки при проведении мероприятий любой представитель СМИ может стать участником события, предварительно зарегистрировав свое участие. Причем возможности профессиональной деятельности представителя медиа не ограничены функционально и предполагают его активное участие в обсуждении, возможность формулировать уточняющие вопросы, получить сопроводительные материалы и дополнительные возможности записи мероприятия для повторного воспроизведения. Российская журналистская действительность подтверждает заявленный факт. Так, например, популярные еженедельные информационно-аналитические издания и сетевые порталы регулярно ссылаются на выдержки обсуждений, освещающих актуальные события недели.

Во-вторых, участником обучающих мероприятий online может стать фактически любой желающий, имеющий минимум технического оснащения и доступ к сети Интернет, если ему интересна проблематика обучения. Зачастую online-тренинги становятся впоследствии площадками для обсуждения поднятых на мероприятии важных вопросов. Мнения различных людей на интерактивных площадках гораздо чаще оказываются диаметрально противоположными друг другу, чем это происходит в традиционных СМИ. При столкновении мнений, в свою очередь, каждый волен вынести из обсуждения то, что сам считает верным. Более того, в силу материального отсутствия интерактивной площадки количество участников обсуждения фактически неограниченно и может варьироваться от

нескольких человек до сотен, что гарантирует многообразие суждений.

В-третьих, популярности интерактивных площадок в качестве универсальной открытой среды способствует ее доступность. Мнение, высказанное в рамках обсуждения прошедшего обучающего online-мероприятия, не ограничивается тиражом газеты, размером полосы или хронометражем телевизионного сюжета. Интернет не накладывает ограничений на содержание и формат того, что пользователь хочет сказать; единственным условным ограничением служит модератор, который принимает решение о допуске сообщения в общую полосу чата.

Другим важным преимуществом online-обучения становится активность пользователей, которые являются мотивированными и включенными участниками мероприятия не по принуждению организатора или в результате случайного стечения обстоятельств, а выступают вполне конкретно заинтересованными лицами, с готовностью участвующими в обсуждениях. С другой стороны, форматы обучающих online-мероприятий также не предполагают навязывания информации участникам и представляют собой открытый форум.

Для преподавателей высших учебных заведений обучающие online-мероприятия являются:

- оптимальным инструментом для работы со студентами заочного и вечернего отделения;
- в отдельных случаях это удобный инструмент для работы со студентами старших курсов, имеющими плотный рабочий график, так как он позволяет выбрать время учебной деятельности, не принимая во внимание распорядок работы учебного заведения;
- способом организовать обмен опытом и проведение различных межвузовских мероприятий.

К минусам или, скорее, к обстоятельствам, осложняющим организацию и проведение обучающих online-мероприятий, можно отнести лишь то, что для их организации требуется достаточно четко прописывать правила участия, раскрывать цели проведения данной формы учебной деятельности.

Как инновационный инструмент преподавателя, обучающие online-мероприятия нуждаются в своей видовой классификации; как и классические обучающие мероприятия, мероприятия online-формата по периодичности условно можно разделить на:

- единовременные: имеющие разовую форму преподнесения (мастер-классы);
- многократные: мероприятия, имеющие в формате периодичность повторного преподнесения (обучающие курсы).

Говоря об отечественных обучающих online-мероприятиях, резонно отметить существенную их отсталость от западных практик ведения сетевых мероприятий, которые уже приобрели статус повсеместного использования [6].

Однако в последние три года отмечаются следующие тенденции на рынке обучающих online-мероприятий. Ключевая тенденция – это общее развитие популярности технологий для проведения виртуальных и online обучающих мероприятий, особенно в сегменте корпоративных проектов

(встреч, совещаний, тренингов, круглых столов и так далее), причем динамика начала нарастать еще в 2008 г., до начала экономического кризиса.

Следующей важной тенденцией является смена форматов. Многие проекты меняют формат, т. е. сокращают время проведения, уменьшают масштабы, а соответственно, экономят бюджет. Логика происходящего понятна: в условиях кризиса организациям пришлось столкнуться с необходимостью снижать операционные затраты за счет упомянутой смены формата. Непосредственно в сегменте обучающих мероприятий отмечается векторная направленность на online-мероприятия, которая в полной мере соответствует диктуемым требованиям.

И, наконец, третий важный момент касается корпоративного сектора: в условиях кризиса большинство компаний столкнулись с необходимостью проведения обучающих и командообразующих мероприятий, нацеленных на укрепление имеющейся команды и поднятие командного духа. Опять же, вполне логичное развитие событий: бизнесу необходимо было пережить кризис, понеся минимум потерь в условиях, когда зарплаты снижаются и следуют увольнения. При подобных условиях формат обучающих online-мероприятий стал одним из самых действенных инструментов в руках руководства, а для транснациональных и национальных компаний такие мероприятия – в принципе незаменимый инструмент.

Но, несмотря на эту воодушевляющую информацию, количество обучающих online-мероприятий, прежде всего имеющих в основе своей бизнес-коммуникацию, до сих пор остается незначительным. Современный рынок таких мероприятий в массе своей представлен обучающими программами в формате частных семинаров дистанционного обучения ведущих образовательных учреждений. Данное направление получило название «e-learning» (сокращение от английского «Electronic Learning») – «система электронного обучения, синоним таких терминов, как электронное обучение, дистанционное обучение, обучение с применением компьютеров, сетевое обучение, виртуальное обучение, обучение при помощи информационных, электронных технологий» [7].

Ключевым инструментом «e-learning» выступает «вебинар», или сетевое совещание, в ходе которого (модератором) излагается содержательный базис объясняемого материала, а участниками (слушателями) выполняются ряд заданий, приобщенных к изученному материалу.

В зависимости от сервиса и функциональных особенностей обучающие online-мероприятия могут быть представлены дополнительными возможностями, описанными Е. Скибой [8]:

1. «Whiteboard» (дословно: белая доска, электронный аналог школьной доски) – электронная панель, выполняющая функции доски для совместной работы; как правило, представлен стандартный набор инструментов для рисования, как в «Paint»: линия, круг, прямоугольник, текст, загрузка картинки и т. п.

Каждый участник процесса имеет возможность работать с контентом на доске в одном режиме с другими участниками процесса, а именно: добавлять свои комментарии к схемам на доске, а также дорисовывать, исправлять, наглядно объяснять коллегам, находящимся удаленно, свою точку зрения. Поэтому «whiteboarding» отлично подходит для «мозгового штур-

ма», участники которого находятся в разных местах. Этот тип взаимодействия часто включается в программное обеспечение для проведения видеоконференций.

2. «Breakout rooms» (букв.: – комнаты прорыва) – виртуальные комнаты для работы в малых группах, оснащенные технологиями для совместной работы с текстовым и видеоматериалом, часто включающие в себя технологию «whiteboarding», технологию совместной работы с презентациями «PowerPoint» и другие технологии для совместной работы, например, для решения кейса или для обсуждения контраргументов в подготовке к дискуссии.

Участники комнаты видят и слышат друг друга, рисуют на доске («whiteboard»), общаются в чате, но не видят участников других групп. Модератор может наблюдать и координировать работу в каждой из комнат. По завершении обучаемые из комнат могут собраться в общей сессии и обсудить результаты своей групповой работы.

3. Совместная работа с приложениями – это инструмент, когда модератор или другой участник с соответствующими правами начинают демонстрацию экрана своего компьютера (всего экрана или отдельного программного продукта) всем остальным обучаемым. В некоторых случаях модератор может передать управление своим компьютером участнику или, наоборот, показать определенные действия на его компьютере, сопровождая их комментарием.

4. Интерактивные опросы позволяют быстро собрать мнения участников по той или иной теме. Технология дает возможность быстро создавать опросник, редактировать его, размещать, например, в виртуальном классе и других синхронных электронных средствах обучения.

5. Вебтуры («webtours») – совместный web-серфинг – это технология, позволяющая совместно «путешествовать» по web-сайтам.

6. Совместная работа с «PowerPoint» – единовременная совместная работа над презентациями в Microsoft PowerPoint сразу нескольких членов команды или рабочей группы.

Согласно представленным данным, становится очевидным, что для проведения обучающего online-мероприятия очень важным является выбор интерактивной площадки; если обучающее online-мероприятие не является внутрикорпоративным, т. е. его площадка не определена на одном из сервисных компьютеров организации, то в Интернете представлен ряд площадок для общего пользования, формально закрепленных за организациями, занимающимися проведением специальных мероприятий в сети. Ниже приведен краткий анализ площадок, их отличительные особенности и стоимость использования.

1. «Webinar2.ru»: популярный сервис от команды Андрея Парабеллума, ведущего специалиста инфобизнеса. Очень популярная и активно используемая площадка с включенными основными функциями: аудиовещание, чат, возможность оставлять сообщения и комментарии, добавлять и удалять участников.

К положительным сторонам данного сервиса можно отнести удобный интерфейс, бесплатную основу использования, отдельный чат, который впоследствии можно перенести на свой сайт.

Минусами ресурса являются:

- высокая загрузка сервиса, периодически бывает недоступен;
- задержка голоса (5–10 с);
- отсутствие дополнительных мультимедиа функций;
- необходимость установления дополнительных программ для вещания.

2. «Kastim.ru»: еще один популярный и бесплатный сервис для проведения «вебинаров» в Рунете. Быстрая и простая регистрация, нет ограничения на количество участников, высокое качество звука.

Плюсы:

- быстрая и простая регистрация участников;
- возможность принимать оплату от участников (но включая комиссию сайта – 10 %);
- включенный сервис дополнительных инструментов.

Минусы:

- сложная навигация по сайту;
- устаревший дизайн.

3. «Wiziq.com»: зарубежная интерактивная площадка, с двумя видами аккаунта (на платной и бесплатной основе). Платный аккаунт отличается расширенным функционалом, наличием технической поддержки, возможностью сохранять файлы на сервере «wiziq» и принимать оплату участников. Число участников на более 500 слушателей.

Положительными чертами сервиса являются:

- множество функций, комплексное решение задач заказчика;
- вещание через сайт, не нужны дополнительные программы;
- широкий функционал бесплатного аккаунта.

Минус:

– ограниченность тарифных планов – de facto он один, составляет 50 дол. США абонентской платы за год.

4. «Webinar.ru»: одна из самых популярных платных площадок Рунета, бесплатных аккаунтов нет, но есть несколько тарифных планов на выбор.

Плюсы:

- множество функций, комплексный сервис дополнительных функций;
- вещание через сайт, что не требует установки дополнительных программ;
- несколько тарифных планов.

Минус:

- высокая стоимость проведения.

Следует отметить, что представленный список не является закрытым и его пополнение происходит регулярно, однако вопрос приоритета той или иной площадки всегда остается за организаторами специальных событий в Интернет, а значит, сводится к частному поиску оптимальных площадок ведения.

Итак, как замечают многие профессионалы, так или иначе прибегающие в своей работе к сети Интернет, процент организаций, использующих обучающие online-технологии, постоянно растет. И связано это с тем, что динамичная бизнес-среда все более синтезируется с Интернет-средой, открывая тем самым все большие возможности ведения бизнеса; в свою

очередь, online-мероприятия становятся оптимальным решением для все больших запросов бизнеса.

Подводя некоторые итоги, следует сказать, что Интернет-технологии, в частности обучающие online-мероприятия, действительно оказывают серьезное влияние на содержание деятельности педагогов в сфере коммуникаций и бизнес-тренеров. Принимая новые правила коммуникационной игры, бизнес-тренеры и педагоги, преподающие коммуникационные технологии для бизнеса, не только укрепляют коммуникационную среду организации своего заказчика, но и получают оптимальную и адекватную современным условиям возможность формирования информационного поля вокруг жизненных интересов организации – заказчика образовательных услуг.

Таким образом, необходимо сделать вывод о том, что при разработке стратегии использования новых технологий в обучающем процессе невозможно не внедрять опыт организации и проведения обучающих online-мероприятий. Следует также не забывать обо всем многообразии инструментов электронных коммуникаций, которые, в свою очередь, диктуют необходимость профессионального использования данных ресурсов в педагогической деятельности, в силу новизны и специфики среды реализации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Вебинары.** – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.stalkercity.ru/webinar.html> (дата обращения: 6.08.2012).
2. **Валиева Т. Г.** Информационные коммуникации и современность. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://infotoolkit.ru/articles/10sites-webinars/> (дата обращения: 8.01.2012).
3. **Первый** международный портал вебинаров. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://webinary.com.ua/> (дата обращения: 24.07.2012).
4. **Николаев Г. Э.** Виртуальные события // Бизнес-журнал BizTimes. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biztimes.ru/index.php?artid=1555> (дата обращения: 19.05.2012).
5. **Программа** для вебинаров, сервис-вебинаров. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://webinary.biz/> (дата обращения: 12.08.2012).
6. **Вебинары:** откуда растут ноги. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.trainings.ru/library/articles/?id=12339> (дата обращения: 14.08.2012).
7. **Вопросы и ответы.** Заочное, дистанционное и интернет-образование. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.dospo.ru/f_0010.html (дата обращения: 19.09.2012).
8. **Скиба Е.** Средства синхронного и асинхронного электронного обучения. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.trainings.ru/library/reviews/?id=10320> (дата обращения: 6.07.2012).

Принята редакцией: 30.05.2013