

ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В статье проведен анализ возможностей электронных средств информации в сфере образовательных услуг.

Ключевые слова: виртуальное пространство, всемирная сеть, гармония с техногенным пространством, образовательная вертикаль, интерактивные техники, непрерывное самообразование, экономический эффект.

Yu.V. Malakhova

ELECTRONIC MEDIA IN THE FIELD OF EDUCATIONAL SERVICES

The analysis of the electronic media possibilities in the field of educational services is conducted in the article.

Key words: virtual space, worldwide network, harmony with man-made space, education vertical, interactive technology, life-long self-education, economic effect.

Целью написания статьи послужила необходимость анализа широких возможностей электронных средств информации в сфере образовательных услуг. Образование исторически являлось и сегодня является единственным социальным институтом, удовлетворяющим потребности общества в воспроизводстве специалистов для производства. Образование обеспечивает сохранение, накопление и развитие человеческого капитала. Неоспорима роль образования в совершенствовании условий жизни и деятельности современного общества. Современные социально-экономические реалии определяют новый образ мышления, новые требования рынка труда, новый тип специалиста. Акценты перемещаются с целостной картины мира и общества, с личности на гетерогенность в социуме, на её учёт, на экономику социума. Требуется обновление содержания, структуры, качества услуг высшего профессионального образования. Рынку необходимы специалисты, готовые и способные работать в новых условиях, в рамках проектной деятельности. Модернизация предполагает учёт растущей конкуренции и использование ресурсного потенциала на рынке образовательных услуг. Традиционные дидактические приёмы и методы высшей школы морально устарели и выступают тормозом этих процессов, поскольку отечественной экономике, претерпевающей известные трудности, необходимы креативные специалисты с качественно иными компетенциями, способные к отважным инновациям и к адекватному ответу на вызовы планетарного социально-экономического пространства. Глобальную образовательную сцену давно украшают интерактивные технологии, реализуемые как в реальном, так и в виртуальном взаимодействии субъектов образования, которые в корне изменили философию образовательных услуг. Актёрам этой «сцены» предлагаются специфические, важные проблемы, которые непосредственно соотносятся с их будущей ежедневной профессиональной деятельностью.

Чтобы правильно оценить значение виртуального пространства в современной жизни, обратимся к бесстрастным цифрам.

Повстречаться с друзьями, пообщаться через электронную почту, совершить покупки, поиграть, получить информацию – всё это можно в фейсбуке с его более чем полумиллионным населением. Он почти превратился в некую параллельную виртуальную сеть. Сюда заходит всё больше бизнесменов, чтобы совершить сделки и рекрутировать новых сотрудников. И это удаётся им с каждым днём всё лучше.

YouTube, Twitter, Xing – все так называемые социальные сети «опутали» сегодня почти шестую часть жителей Земли. По подсчётам исследователей [6], количество посетителей социальных сетей увеличивается ежегодно почти на 20 %. Каждый пользователь в среднем имеет около 130 друзей в сети и проводит в месяц 700 минут на страницах социальных сетей. 50 % всех пользователей заходят на страницу каждый день. 35 миллионов человек ежедневно посылают по одному статусному сообщению. В Германии насчитали 10 миллионов активных пользователей социальных сетей (20 % всех немцев) с выходом в Интернет. Их количество растёт в год на 47 %, что соответствует 38 миллионам федеральных граждан. И больше всего их

«пасётся» в Facebook'е. Вот так распределяются их возрастные группы: от 26 до 34 лет – 33 %; от 18 до 24 лет – 29 %; моложе 18 и старше 44 лет – 23 %; между 35 и 44 годами – 15 %.

Круг виртуальных друзей насчитывает по всему миру более 500 миллионов человек. И каждый день происходит их прирост на 700 000. Половина всех интернет-пользователей планеты имеет свой персональный «профиль»: политики, деятели культуры и искусства, учёные, звёзды шоу-бизнеса. Даже британской королеве Елизавете II желающие могут высказать своё почтение. Британский Королевский дом с 2010 года имеет в фейсбуке свою страничку, где сразу же зарегистрировались 230 тысяч его фанатов [6]. Если бы Facebook был географической реальностью, то по количеству населения он занимал бы третье место – после Китая и Индии.

Вот как распределились бы места в этом случае: Китай – 1 340 млн чел.; Индия – 1 156 млн чел.; Facebook – 500 млн чел.; США – 309 млн чел.; Индонезия – 234 млн чел.; Бразилия – 193 млн чел.; Пакистан – 170 млн чел.; Россия – 143 млн чел.; Япония – 127 млн чел.

Ни одно место мира не может сравниться с Facebook в популярности. Ни одна нация не может похвастаться таким притоком квалифицированных кадров, ни в одном обществе нет такой гармонии между старыми и молодыми, нигде не проводят столько времени добровольно и нигде нет таких низких барьеров, как в Facebook'е. Один клик – и вы там.

Если раньше социальные сети были известны как ярмарка тривиальностей и пошлых фото и видео, то постепенно они превратились в сейсмограф многих поколений. Здесь открыта информация о том, что людей сегодня интересует, какую музыку они предпочитают, какие автомобили мечтают приобрести, какие книги читают, какие интернет-страницы постоянно посещают, каким политикам верят или не верят, когда и как работают и даже когда они порывают со своими партнёрами (как правило, это происходит по понедельникам или накануне Рождества).

Трудно выделить черты типичного фаната социальных сетей. Одни предпочитают покупки, фетиш других – «модные» странички, а третьи «запали» на автомобили. Но общие характеристики выделить можно.

- Среднестатистический фанат социальных сетей: возраст 31,4 лет.
- Большинство из них – женщины (55 %).
- 40 % фанатов совершали в Интернете от двух до четырёх покупок,
- 35 % – более пяти.
- 43 % фанатов посещают свою страничку много раз в день, 33 % – один раз в день, 16 % – несколько раз в неделю.
- Фанаты не привержены только одному бренду. В среднем они интересуются 8,7 страничками производителей. 18–24-летние симпатизируют 12 страничкам.
- 55 % пользуются брендами, размещёнными в средствах массовой информации. 46 % предпочитают модные и люксовые бренды.
- Почти 75 % пользователей становятся фанатами, нажав рекламную кнопку «Мне нравится». 59 % следуют в этом рекомендациям друзей.
- Став однажды фанатами известного бренда, пользователи в 27 % случаев регулярно выбирают кнопку «Мне нравится» при новом рекламном сообщении. 49 % делают это от случая к случаю [6].

Facebook предлагает свои услуги на 70 языках во всём мире. 150 миллионов пользователей выходят в Facebook с мобильного телефона. Сеть насчитывает в общей сложности более 400 000 000 пользователей.

К крупнейшим сообществам Facebook'а относятся 8 стран мира: США (111 212 84 членов); Великобритания (23 499 100); Индонезия (19 528 560); Франция (15 928 000); Канада (13 424 180); Филиппины (10 647 100); Германия (10 000 000); Испания (8 861 140). Данные были получены Институтом исследования общественного мнения OpinionWay при опросе 1600 пользователей Facebook'а в шести странах мира [10]. В России количество пользователей Facebook'а составляет более 500 000 000 человек [7], что в 1,5 раза больше численности населения США.

Поисковики знают о нас всё. Всемирная паутина цепко держит нас в своих сетях. У неё есть ответы на множество вопросов о нас (рис.). Она всё знает о ваших встречах и договорённостях и о ваших приоритетах.

Личное и служебное, радость и достижения, общение и коммерция, боль и утраты, политика и развлечения – всё можно выложить в сеть и найти поддержку или совет.

Общеизвестно: счастлив тот, кто может забыть.



Цепкие объятия WWW

Интернет знает всё, но не забывает ничего. В нём «живут» скандальные фото и компрометирующие видео, конфиденциальные банковские счета и провокационные мнения. Он предоставит в распоряжение любого пользователя то, чего мы по той или иной причине стыдимся или не хотели бы обнародовать. Кто знает, кому может прийти в голову поинтересоваться нашими данными? Парадоксально, но одно из важнейших достижений нашей психической организации – это способность мозга забывать. Такая способность позволяет нам не просто складировать получаемую извне информацию, но оценивать её и фильтровать. Это помогает отделить важное от неважного с тем, чтобы «заложить на хранение» необходимое. Память не только обеспечивает нашу идентичность, она охраняет её. Поэтому мы лучше помним хорошее, чем негативное, храним в памяти достижения и забываем о поражениях. Однако на каждого из нас может вскорости обрушиться настоящий водопад из мелких деталей нашей жизни. Наш мозг их забыл, но Интернет помнит всё.

Он скрупулёзно сохраняет все самые незначительные эпизоды нашей жизнедеятельности. Он помнит, что на он-лайн-аукционе мы покупали диск с народной музыкой или кривой арабский кинжал, бульварный роман или сборник кулинарных рецептов восточной кухни. Того, что это было куплено в качестве подарков, Интернет не знает. Сеть сохранила информацию о нашей новогодней вечеринке пять лет назад и ей известно, насколько разудалой она была, потому что друзья выложили фото в фейсбуке. Высказанное нами на форуме мнение по поводу последней политической инициативы руководства страны также тщательно заархивировано. Поисковики надёжно хранят эту информацию под нашим именем.

Интернет «разболтает», когда и какие мы посещали страницы, какие слова искали, какие товары выбирали и мнение каких политиков разделяли. Вся эта информация, разумеется, находится на разных серверах, но что, если кто-то вдруг пожелает свести её в один блок? И она попадёт на глаза нашему работодателю? Как это отразится на его мнении о подчинённом?

Многие факты нашей жизни можно расценить как грехи молодости, издержки воспитания, следствие несформированного вкуса, становления политического сознания и благополучно предать забвению. Но сеть помнит о них – возраст оцифрован, а длительный срок – не помеха для сиюминутного извлечения компро-

та. Поисковики без усилий найдут каждую фразу, каждую фактическую деталь нашей жизни. Как мы можем дистанцироваться от этого? Как должно реализовываться наше личностное развитие? Начать жизнь с чистого листа? Как это возможно, если шефы по персоналу могут найти в Яндексe, Гугле или других поисковиках почти каждого претендента на должность, если наши соседи имеют картинку с камер наблюдения, а все попутчики подвергаются детальному досмотру? Мы уже давно потеряли контроль и над нашими данными, выложенными в Интернет, и над теми, кто имеет к ним доступ. Контроль перешёл к тем, кто пользуется этими данными.

Интернету срочно необходим «ластик» для стирания персональной информации. Но несмотря на нужду в нём, его ещё никто не смог придумать.

Интернет триумфально завоёвывает планету, аккумулируя информацию и меняя нашу жизнь. Но по бескрайним просторам сферы образовательных услуг его шествие ещё не триумфально, хотя реалии общества требуют перемен в самом консервативном социальном институте – образовании: они неминуемо приносят весомый экономический эффект.

Процесс изменения человека (можно назвать его учебным процессом) непрерывен во времени и пространстве. Люди постоянно, с утра до вечера, повсюду, где бы они ни находились, с рождения и до гробовой доски испытывают на себе чьё-либо воздействие – родителей, учителей, коллег и друзей, средств массовой информации и рекламы, государства, церкви, других социальных институтов. Этот «учебный процесс» обслуживается соответствующим технологическим инструментарием.

Насколько весома в этом ряду роль образовательной вертикали, как она может противостоять (усилить или ослабить) воздействиям социальной сферы на субъект образования – спорный вопрос. Бесспорно одно: её методы и содержание обучения очень сильно зависят от идеологии – от социо-экономическо-политической ситуации (можно назвать это «культурой»), в которой функционирует школа как образовательная вертикаль и как социальный институт. С изменением социальной ситуации должна измениться и школа, поскольку заказчиком образования выступает общество. Мы все погружены в эту образовательную среду, всё время оказываемся то в роли педагога, то в роли ученика. Функция образования – научить человека ориентироваться в мире. Общество, отстающее от заказа дня, есть отстающее общество.

Арсенал педагогической рати постоянно пополняется новыми Know-How. В их числе – WebQuests (веб-квесты). Уже довольно значительная когорта преподавателей в нашем отечестве знает, что это такое. WebQuests – это формат справочно-ориентированного аудиторного занятия. В нём вся или большая часть информации, с которой работают субъекты образования, поставляется из Интернета. Эта модель была разработана в феврале 1995 года и принята педагогическим сообществом многих стран мира. Её автор – профессор Технологического университета в Сан-Диего Берни Додж. Он разработал способы применения WebQuests, обосновал полезность данной дидактической модели для студентов и преподавателей, показал, что в ней есть и чего нет, а также пути и способы создания собственной модели WebQuest [5]. Десятки тысяч преподавателей получили возможность эффективно дидактизировать процесс «общения» с Интернетом огромной армии обучающихся во всём мире. WebQuest совершенствует модель мышления современного человека так, как того требует XXI век. Веб-квесты как интерактивная техника стимулируют интеллектуальное развитие молодых, способствуют их успешной социализации через погружение в компьютеризированную среду, учат их жить в гармонии с техногенным пространством, в условиях насыщенной информационной среды. Создаются предпосылки для непрерывного самообразования, акцентируется развивающий потенциал, расширяются границы опыта и его осмысления.

Поскольку Quest в переводе с английского языка – продолжительный целенаправленный поиск, который может быть связан с приключениями или игрой, то и занятие организуется как игра. Добавление термина Web расширяет пространство игры – из аудитории, заключённой в четыре стены, они «устремляются» в ничем не ограниченную всемирную сеть, получая проблемное задание; его решение – в информационных ресурсах Интернета.

В полном соответствии с требованиями дидактики техника WebQuest поднимается на более высокую ступень по виртуальной лестнице творческих заданий. Учащиеся уже умеют использовать ресурсы Интернета: они работали с тематическим списком ссылок (Hotlist), с мультимедийным альбомом (MultimediaScrapbook), они искали сокровища (Treasure/ScavengerHunt) и собирали коллекцию примеров (SubjectSampler). WebQuest помогает развить навыки аналитического и творческого мышления, что для большей части аудитории представляется достаточно затруднительным.

WebQuest сложен не только для обучаемых. Он достаточно энергозатратен и для обучающихся: преподаватель, создающий и реализующий эту технику, должен обладать высоким уровнем предметной, методической и инфокоммуникационной компетенции. Поисковая деятельность делает его партнёром по исследо-

ванию, включает в процесс, требует высокой готовности к гибкому, тактичному взаимодействию с учебной группой.

Модель WebQuest была разработана как проблемное учебное задание с элементами ролевой игры. Тематика веб-квестов – самая разнообразная, проблемные задания отличаются степенью сложности [4]. Суть модели: они получают задания, которые можно решить, используя Интернет как источник получения информации и одновременно как учебный инструмент. Преподаватель даёт им «настоящие» интернет-адреса, в которых содержится важная информация. Дополнительно они используют также форумы, виртуальные группы в социальных сетях, справочные ресурсы. Мы предлагаем использовать следующие виды заданий:

Пересказ – демонстрация понимания темы на основе представления материалов из разных источников в новом формате: создание презентации, плаката, рассказа. При этом студенты разрабатывают проект на основе заданных условий. В процессе работы они открывают в себе новые возможности и продвигаются далее по направлению исследования личности.

Компиляция – форма работы с информацией, включающая в себя трансформацию её формата. Информацию получают из разных источников, создавая книги кулинарных рецептов, виртуальные выставки, капсулы времени и культуры. Творчество сопровождает работу в определенном жанре – пьеса, стих, песня, видеоролик. Информация систематизируется.

Детектив, головоломка, таинственная история – выводы на основе противоречивых фактов. В процессе развития проектов вырабатываются решения по острой проблеме и обосновывается определенная точка зрения.

Журналистское расследование – объективное изложение информации (разделение мнений и фактов). Склонение на свою сторону оппонентов или нейтральных лиц. Изучение явлений, открытий, фактов на основе уникальных он-лайн источников. Это задание объективно развивает необходимое качество – социальную креативность. От уровня развитости социальной креативности [3] и активности личности зависит эффективное осуществление её социальных функций и ролей, поэтому общество заинтересовано в целенаправленном расширении этих возможностей, что обеспечивает освоение и принятие человеком общественных ценностей и идеалов, развитие форм и способов их реализации в поведении, в труде, в образе жизни. Современная жизнь в глобальном пространстве ставит задачи, которые требуют активного включения в социальные отношения, во взаимодействие с людьми и социальными институтами в экономической, политической и духовной сферах. Творческая инициатива, стремление к участию в жизни общества, к удовлетворению и реализации социальных потребностей и интересов ведут к становлению лидерства, волонтерства и других форм социальной активности как некоего гаранта свежих идей, неординарных подходов, смелых решений, развития бизнеса.

Структура Web Quest базируется на основах конструктивистской дидактики и имеет алгоритм в 7 шагов: введение, постановка учебных задач, поиск, ресурсы сети, презентация, самооценка, подведение итогов.

Один из ресурсов сети – «интерактивный плакат»: электронное средство предоставления информации, активно и разнообразно реагирующее на управляющие действия пользователя. В нём используются интерактивные элементы: ссылки, кнопки перехода, области ввода данных, обеспечивающие «сотрудничество» плаката и его пользователя. В отличие от презентации, интерактивный плакат способен реагировать на действия пользователя, используется нелинейно, соответствует изучаемой теме, раскрывает её достаточно полно. Он позволяет проверить её усвоение, соответствует возрастным особенностям и гигиеническим требованиям, имеет простую и удобную навигацию. Интерактивный плакат обеспечивает высокий уровень наглядности, а информация предъявляется не сразу, раскрываясь в унисон с действиями пользователя – это позволяет варьировать глубину погружения в тему. Создать интерактивный плакат можно в различных программах – от PowerPoint до различных On-Line-сервисов. Примеры предложены в Wikipedia [6], в мастер-классе по созданию интерактивных плакатов.

Сценарий презентации собранного материала может быть структурирован на основе принципов *имажинации и нарративности* [2].

Имажинация (Imagination – воображение) – способность не только представлять реально существующее, но и воображать возможное. Это пространство взаимодействия восприятий, воспоминаний, креативности, чувств, идей, метафоричности. Всё это мало или никак не соотносится с учебными целями образовательных систем с нагромождением знаний, навыков, умений, установок, которые вряд ли понадобятся молодым в их будущей жизни. Парадигма традиционного обучения исчерпывается метафорическими терминами, относящимися к сфере книжного знания, к компьютерной практике: «накопление» и «воспроизводимость». Они программируют деятельность: так должен быть организован образовательный процесс, так он должен проте-

кать, чтобы считаться успешным. Мы создали фантом самих себя и иллюзию образования, идентифицируемую нами же с «накоплением» и «воспроизводимостью».

Интерактивная же дидактика соединяет знания и эмоции, «коня и трепетную лань», в одно целое: тематическое содержание не ограничивается сухими абстрактными знаниями, включая чувства, воспоминания, намерения людей. Прочно и надолго запоминается то, что связано с опытом. Значение имеют личные впечатления и воспоминания, эмоционально окрашенные и крепко засевшие в памяти, а сила воображения позволяет соединить тематику учебных циклов и содержание образовательного процесса с пережитым. «Вы уже парились в русской бане с берёзовым веником?»; «Вы пробовали севанского сига с белой душистой и ноздрястой армянской лепёшкой?» «Вам доводилось кататься в венском Пратере в коляске, запряжённой парой Lipizzaner?» Субъект придумывает сюжеты, где новый опыт находит своё место. Сенсibilitätность оформляет коммуникацию, раскрашивая её невербальными и выразительными средствами. Способность к повествованию – *нарративность* – составляет основу мышления. Речь идёт не о пересказе увиденного; нарративность – создание нового текста (сюжета), окрашенного эмоциональным опытом создателя. Пересказ увиденных сюжетов и создание на их основе новых как приём не только расширяет технологическую палитру, но способствует личностному развитию, оживляя процесс образования, внося элемент развлекательности. Востребование информации из «резервуаров» долговременной памяти на фоне страстей происходит легче и быстрее, чем в логически выстроенных алгоритмах и схемах. Вплетение имажинации и нарративности в образовательный процесс придаёт ему иное «звучание». Его субъекты учатся самостоятельно мыслить, обретают способность оценивать логику мышления, придумывать лучшие возможности организовать свою деятельность и обустроить жизнь.

Особо подчеркнём: роль преподавателя в контексте интерактивной дидактики кардинально меняется. Он – не транслятор содержания, но конструктор смылосодержащих заданий и проводник к исчерпывающим и удобным в работе источникам информации. Он уверенно ведёт группу по незнакомым дебрям виртуальных джунглей, где для них особенно важно реальное взаимодействие. Они обмениваются мнениями с тьютором, друг с другом и в процессе презентации полученных результатов.

Наш образовательный опыт рисует знакомую картинку. В классе появляется человек, который задаёт вопросы, даёт указания, требует что-то сделать, показывает, как это сделать, исправляет, заставляет повторять, иногда хвалит, чаще ругает, задаёт домашнее задание и, наконец, снова исчезает. Это – субъект-объектная технология, модель фронтальной работы «Он – они». Он – непогрешимый источник знаний, истина в последней инстанции. Он – начальник с единственно верной и непререкаемой точкой зрения. Только он знает, как правильно произнести слово, где поставить ударение или запятую, только он решает, правилен ли ответ, то ли применено правило, там ли поставлено двоеточие. Но! Обучаемый не должен низводиться до имитатора, воспроизводящего информацию, урок не должен превращаться в застывшую схему в строго ограниченных рамках, когда все знают, что за чем последует. Такой урок, на котором постоянное исправление ошибок убивает интерес и гасит стимулы деятельности, воздействует демотивирующе и ведёт к психологическому ступору. Постарайтесь идти в ногу с вызовами социальной реальности, опираясь на четырёх китов: Инсценируйте ваше занятие! Старайтесь, чтобы ваш урок стал увлекательным! Научитесь молчать! Будьте толерантны к ошибкам! [1].

Во все времена, память о которых хранит опыт человечества, от двух до шести тысяч лет, процессы обучения (или изменения) были управляемы. Целые поколения учились обходиться вилкой и ножом, салфетками и дорожными знаками, жить и умирать в новых формациях, господствовать, мириться с господством и восставать против него. Общественная стагнация, поддержание консервативного статус-кво были так же зависимы от учебного процесса, как и социальные изменения. Не произошло ни одной революции без учебного процесса – касалась ли она отношений во властных структурах или человеческих привычек: в еде, сне, речи или любви. Такие общественные учебные процессы происходят у нас на глазах – с нами, в нас, для нас, против нас. Их следствие – история: становление, изменение, движение и классовое сознание, Божье царство и торговля, мораль труда и забастовки, предрассудки и клише, традиции и дорожное движение, вера в сверхъестественное и знание географии Южной Африки, лото и таблица умножения. Поэтому большой помпой отдаёт утверждение, что люди и общества «завязаны» на информацию и могут её перерабатывать. Сегодня идёт вал информации, и она порождает порой жуткие фантомы. Информация не проникает методом осмоса под кожу или в мозг. *Она доводится до адресата в процессе обучения – и он уходит корнями в глубину веков.*

В глобальном обществе ясно обозначилась потребность не столько в новых методах обучения, сколько в *новой идеологии образования*. Его технологии оторваны от жизни. Но если постоянно «торчать» в школе, отгораживаясь от реальности учебными планами и методическими рекомендациями, это невозможно

понять. Но вынеся образовательные технологии за её границы и пытаясь применить их на практике, вы убедитесь, что они «не работают», их адекватный «обратный перевод» на язык социума затруднён, они «задыхаются» в открытом пространстве. Так, комнатное растение, привыкшее к солнечным лучам через стекло и выставленное на солнце, начинает чахнуть. Вывод: внутришкольные технологии, не подвергнутые структурно-семантической перестройке, не способны к адаптации в условиях внешкольного «учебного процесса», значит, не смогут влиять на социализацию личности. Интерактивные же техники пробивают брешь в прочной обороне консервативного образования.

Если обучающие технологии внутри и вне школы сравнимы и соотносимы, то содержание, цели и результаты обучения – предмет отдельного разговора. Иными словами, природа и характер обучающих технологий в социальной сфере и в образовательных структурах принципиально идентичны. С их помощью субъект аккумулирует в своём духовном мире совокупность навыков, приёмов, способов, умений, методов – это составляет операциональную культуру личности. Обученный – это умеющий действовать. Обученный – это владеющий «умеющим» знанием. Основная посылка при определении сути любых обучающих технологий следующая: *единичный (отдельный) пример должен иметь универсальный смысл* – в противном случае он не имеет никакой ценности.

Нечто влияет на человека, и он меняется, а вместе с ним изменяется общество. Этот процесс изменения (его можно назвать учебным процессом, поскольку именно в его рамках программируется радикальное изменение человека) управляем или его можно рассматривать как управляемый; он происходит не стихийно и мало подвержен влиянию случайностей. Его законы, как и законы развития человечества, мира, не свалились к нам с небес, и не оттуда обрушились на наши головы буквы, цифры или нотная грамота. Небо может одарить нас только дождём, снегом, градом или, в крайнем случае, метеоритами, да и то это происходит никак не случайно. Кто и что управляет этим процессом, что происходит с человеком внутри этой регулируемой системы? Каковы технологии управления и регуляции? Поиск ответа на подобные вопросы вряд ли когда-либо потеряет актуальность.

Интерактивная образовательная модель требует горизонтального взаимодействия [1] субъектов образования, обладающих равными правами и разнообразными возможностями самореализации. Безусловно, лучшие знания по изучаемому предмету фиксируются там, где активность регламентируется и установлена жёсткая дисциплина. Применение инновационных форм и открытых технологических структур не всегда гарантирует успешность в усвоении предметных знаний, однако в рамках такого субъект-субъектного взаимодействия формируется социальная матрица человеческого поведения.

Литература

1. Хохлова В.В. Дидактика взаимодействия. – Н.Новгород: Изд-во НГМА. – 1999. – 128 с.
2. Хохлова В.В. Социокультурное взаимодействие субъектов образовательного пространства в информационном обществе: дис... д-ра социол. наук. – Н. Новгород, 2002. – 432 с.
3. Сохан Е.В. Формирование социальной креативности специалистов в новых экономических условиях: автореф. дис. ... канд. социол. наук. – Н. Новгород, 2013. – 23 с.
4. BestWebQuests. – URL: <http://www.bestwebquests.com>.
5. Dodge B. WebQuestTaskonomy: ATaxonomyofTasks. – 1999. – URL: <http://webquest.sdsu.edu/taskonomy.html/>
6. URL: www.goethe.de/markt.
7. URL: www.ifacebook.ru.

