

информационные технологии

Учебная тревога

будущее

С 1 сентября в рамках реализации нового образовательного стандарта в московских школах начнется использование электронных дневников. Однако готовы ли к образовательным ИТ-инновациям родители и сами преподаватели?

Под колпаком

Впервые речь о введении электронных дневников зашла в 2008 году — с такой инициативой выступил Дмитрий Медведев. Президент РФ отметил, что данная мера будет способствовать повышению электронной грамотности у тех педагогов, которые до сих пор «боятся компьютеров». Действительно, главные опасения в связи с этой инициативой у экспертов вызывает именно грамотность преподавателей. «На рынке представлено довольно много различных решений для ведения электронных дневников успеваемости. Но главный вопрос состоит в том, кто будет заниматься обучением педагогов, для того чтобы они могли в полной мере использовать такие решения», — говорит генеральный директор «Пингвин Софт» Дмитрий Комиссаров. В данном случае инструкторам не обойтись, нужно действительно обучать педагогов.

Екатерина Панкратова, коммерческий директор компании COMDI, комментирует: «Такой переход действительно нужен. Сегодня в школах учатся дети, которые родились и сформировались как личности в мире, где их со всех сторон окружают гаджеты и цифровые технологии. Другого мира они и не видели, для них компьютеры, коммуникации и интернет — это естественная реальность, то есть норма и естественная среда обитания. Им не понятно как раз то, почему обычные дневники и журналы выбиваются из общего ряда при всех их очевидных недостатках».

Поскольку Панкратова считает, что с обучением преподавателей особых проблем нет: «Если школам предлагать действительно удобный и полезный инструмент, учителя его активно изучают и начинают использовать, даже если он для них совсем непривычен. Они охотно становятся учениками, старательно и быстро учатся. Я это точно знаю, так как мы постоянно общаемся и работаем с множеством школ в Москве и в регионах России — и напрямую, и через пар-



Московские школьники предпочитают электронные учебники бумажным

риодически зависал, чтобы обнаружить какую-нибудь необходимую функцию».

Электронная неопределенность

Впервые о планах внедрения в школах электронного учебника Plastic Logic было объявлено в конце лета 2011 года. Тогда же глава корпорации «Роснано» Анатолий Чубайс продемонстрировал устройство Владимиру Путину — и был ошарашен интернет-пользователями за то, что отрекомендовал ридер для чтения электронных книг как полноценный планшетный компьютер. Тем не менее уже в сентябре текущего года компания должна завершить апробацию устройства в реальных школах. Борис Галкин, PR-менеджер компании Plastic Logic, рассказывает, что в рамках проходящего в ряде российских регионов тестирования компания предоставила школам около 1 тыс. этих устройств. С этими школами сейчас ведется активная работа. Учителей обучают работе с электронными учебниками, методики посещения открытых уроков, анализируют, как проходит учебный процесс, какие функции и для каких целей используются сейчас и какие дополнительные функции учителя и школьники хотели бы видеть в следующей версии устройства. В регионах — участниках апробации налажена работа по гарантийному обслуживанию ридеров. «Мы видим позитивную реакцию всех участников проекта на переход с бумажных на электронные учебники. В первую очередь, портфель школьников стал существенно легче: Plastic Logic 100 содержит весь

комплект школьных учебников. Во-вторых, благодаря большому дисплею (10,7 дюйма) нет необходимости перестраиваться под другой формат: дисплей позволяет отображать полный размер привычных бумажных книг. В-третьих, технология электронных чернил комфортна для зрения и не дает дополнительной нагрузки на глаза, в отличие от постоянной подсветки ЖК-дисплеев. Ну и наконец, за счет пластикового дисплея учебник является ударостойким, что особенно важно при интенсивном использовании учащимися», — заключает господин Галкин.

Так, например, гимназия №248 Кировского района Санкт-Петербурга получила для апробации устройства Plastic Logic 100. Работа с ридерами началась в ноябре 2011 года. Инна Александрова, заместитель директора гимназии, рассказывает, что на первом этапе была проведена работа, связанная с изучением технических особенностей и дидактического потенциала электронных учебников, возможностей применения на разных этапах урока и во внеурочной деятельности. «Нам предложили участие в этом проекте, и мы согласились. В конце октября прошлого года в гимназии поступило 83 электронных учебника. Детей у нас учится меньше — 47 человек в шестых классах, поэтому хватило всем, в том числе учителям, работающим в этих классах. С родителями каждого ученика мы заключили договор о безвозмездном использовании устройств, никто из них не отказался от участия в эксперименте. В целом отзывы учеников и учителей положительные. Только три школьника из числа опрошенных сказали, что им больше нравятся бумажные учебники», — рассказывает госпожа Александрова.

Как будет развиваться проект по переходу школьного образования на электронные учебники, во многом зависит от позиции властей федерального и регионального уровней. «Со своей стороны мы готовы к продолжению внедрения электронных учебников в систему школьного образования и активно работаем над тем, чтобы новое поколение устройств Plastic Logic еще лучше отвечало потребностям школьников и учителей», — говорит Борис Галкин.

Напомним, что глава «Роснано» назвал и стоимость устройства — 12 тыс. рублей, но обещал, что она снизится после запуска производства ридеров: завод строится в Зеленограде, строительство должно завершиться в 2013–2014 годах. «Роснано» уже инвестировало в компанию Plastic Logic \$700 млн, однако еще неизвестно, одобрит ли Минобрнауки идею оснащения школ этими устройствами.

Евгения Гусева

Сеть на вырост

ЭКОНОМИКА

(Окончание. Начало на стр. 17)

«Другой источник роста — бурное развитие технологической экосистемы: новые инвесторы, приход в интернет государственных учреждений, появление новых стартапов, развитие образования и науки» — добавляет Сергей Белоусов. Он перечисляет множество различных векторов роста: B2C- и B2B-сегменты электронной коммерции, интернет-реклама, мобильные приложения и онлайн-игры, социальные медиа и связанные с ним бизнесы, а также развитие «облачных» вычислений и «облачных» приложений для малого бизнеса.

Реклама без паузы

В начале года комиссия экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России подвела итоги развития рекламного рынка России за 2011 год. Оказалось, что впервые оборот интернет-рекламы превысил показатели рынка наружной рекламы и печатных СМИ. В сумме объемы онлайн-рекламы достигли 41,8 млрд рублей, тогда как годом ранее составляли 26,8 млрд рублей. И это притом, что при подсчете не учитывалась политическая реклама, объем которой в рунете достиг 1 млрд рублей в ноябре — декабре прошлого года. Так, реклама кандидата в президенты Владимира Путина была размещена на крупнейших интернет-площадках — «Яндекс», Mail.ru и «Одноклассник». К примеру, штаб господина Путина приобрел «политический пакет» на «Яндексе» за 15 млн рублей на 318 млн показов баннеров. Эксперты подсчитали, что бюджет на продвижение в интернете только этого кандидата составил \$1,5–2 млн. Его примеру последовал и штаб другого кандидата — Михаила Прохорова.

Господин Себрант объясняет увеличение показателей онлайн-рынка рекламой тем, что интернет начинает играть все большую роль в решении прикладных задач бизнеса. Двумя другими драйверами рынка выступают онлайн-торговля (захватывающая все больше товарных категорий, например одежду) и интернет-платежи. «Одна из тенденций последнего года: из электронного кошелка стало возможно заплатить не только в интернет-магазине, но и по любой квитанции любой компании в России, будь то домофон, счет за музыкальную школу или квитанция за коммунальные платежи», — рассказывает господин Себрант. Так, только с января 2011 года оборот платежей за госуслуги (налоги, штрафы, коммунальные счета) вырос в «Яндексе.Деньгах» в семь раз. «Можно ожидать, что рост проникновения мобильного интернета также скажется на его

использовании в повседневном экономическом поведении миллионов людей», — уверен директор по маркетингу сервисов «Яндекса».

Сергей Рыжиков, генеральный директор «1С-Битрикс», первое место в списке факторов роста интернет-бизнеса отдает рекламе: «Все, кто смог собрать вокруг своих ресурсов хорошую по численности аудиторию, успешно монетизируют свои бизнесы — это различные поисковые и почтовые системы, социальные сети. Бизнес всегда тянется за аудиторией». На втором месте, по его мнению, интернет-магазины разных типов: их оборот сравним с крупнейшими офлайн-магазинами, многие из которых также перенесли часть своего бизнеса в интернет, запустив свои онлайн-магазины и увеличив тем самым объемы продаж.

«В период кризиса, когда классические бизнесы теряли свои доли рынка или вообще исчезали с экономической карты России, доля интернет-бизнеса только увеличилась», — поясняет он. — В случае очередного витка кризиса, который прогнозируют многие эксперты рынка, можно предвидеть, что доля интернет-бизнеса может даже превысить прогнозируемые DCC 2,8%. По его мнению, такое развитие событий обусловлено двумя факторами. Во-первых, активно развиваются новые сегменты и бизнес-отношения, такие как интернет-торговля и интернет-реклама. Во-вторых, уменьшается доля присутствия на российском рынке классических бизнесов: печатные СМИ, продажа музыки и фильмов как бизнесы перемещаются в сеть. Что, в свою очередь, рождает потребность в новых профессиях и навыках, которые также приобретаются часто в интернете.

Но есть и сдерживающие факторы, способные снизить показатели роста доли интернет-рынка в ВВП. Одним из них госпожа Трещова называет дефицит кадров. «Количество вузов и учебных центров, где учат специфику интернет-предпринимательства, стремится к нулю, при этом спрос на профессионалов в этой области и его преувеличение над предложением будет расти», — уверена она. Кроме того, имеет место «старение» аудитории. «Число пользователей интернета будет расти исключительно за счет людей старшего поколения, так как аудитория тех, кто родился в 80-е и 90-е, уже почти на 100% живет в онлайн. Ответ же на вопрос, насколько поколение 70-х и старше будет столь же активными пользователями онлайн-сервисов, пока остается открытым», — поясняет она. Остается надеяться, что на ближайшие пять лет имеющегося ресурса хватит.

Светлана Рагимова

