

тивной идентичностью и с псевдоидентичностью реальный и идеальный образы практически совпадают.

Таким образом, сформированный образ профессионального Я и определенный уровень развития профессиональной идентичности является необходимым и достаточным условием для успешной реализации профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Курочкина И. А. Образ профессионального будущего Я студентов направления подготовки «Психолого-педагогическое образование» / И. А. Курочкина // Личность в профессионально-образовательном пространстве: материалы XV Всеросс. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Изд-во ФГАОУ ВО РГППУ, 2016. С. 66–74.

2. Малейчук Г. И. Идентичность как динамический критерий психического здоровья / Г. И. Малейчук // Психотерапия. 2011. № 6. С. 74–79.

3. Ситников В. Л. Образ ребенка (в сознании детей и взрослых) / В. Л. Ситников. Санкт-Петербург: Химиздат, 2001. 288 с.

4. Шнейдер Л. Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность. Теория и методы диагностики / Л. Б. Шнейдер. Москва: Изд-во Моск. псих.-соц. ин-та, 2007. 128 с.

УДК 745.071:377.011.33

О. В. Ларина

O. V. Larina

*Уральский колледж прикладного искусства и дизайна (филиал)
ФГБОУ ВО «МГХПА им. С. Г. Строганова», Нижний Тагил
Ural College of Applied Arts and Design branch of Stroganov Moscow
State Academy of Design and Applied Arts, Nizhny Tagil
uupi@mail.ru*

ТРАНСПРОФЕССИОНАЛИЗМ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ

TRANSPROFESSIONALISM IN MODERN DESIGN EDUCATIONASPECT OF SOCIOCULTURAL

Аннотация. В данной статье панорамно рассмотрена проблематика современного дизайна в условиях медийных коммуникаций. На основе анализа исследуемой научной литературы выделены коммуникативная и социокультурная детерминация компетенций дизайнера-транспрофессионала в рамках образовательного процесса.

Abstract. In this article problems of modern design in the conditions of media communications are widely considered. On the basis of the analysis of the studied scientific literature are allocated communicative and sociocultural determination of competences of the transprofessional designer within educational process.

Ключевые слова: компетенция, транспрофессионал, коммуникативный, дизайн, кросс-медиа, дизайн-образование.

Keywords: competence, transprofessional, communicative design, cross media, design education.

Обращаясь к современному дизайну в условиях образовательного процесса, необходимо отметить становление новой парадигмы, основные ориентиры которой направлены на критическое осмысление всей много-

гранности человеческого существования. Дизайн рассматривается не только как результат, но и как сложный социально значимый процесс, обладающий самостоятельной ценностью и для дизайнера, и для потребителя, и для социума в целом. Ведущей тенденцией дизайна становится вступление в продуктивный междисциплинарный диалог с философией, культурологией, психологией, семиотикой, социологией, политологией и др. [1, с. 24]. Параллельно с этими процессами усиливается и особая роль общественной и моральной ответственности проектировщика. Дизайнер в таком случае несет непосредственную ответственность не только за решение задачи проектирования (синтеза функции и формы в том или ином объекте), но и за его социокультурную экспликацию.

Современный дизайн в данном контексте понимается автором как креативная проектная деятельность, обладающая коммуникативной природой, цель которой – намеренная целостная модификация человеческой субъективности посредством визуального преобразования символически-знаковых средств и культурных значений предметной среды и социокультурных коммуникаций. Символически знаковые средства – это спектр конкретных дизайнерских практик, обусловленных наличной сферой применения. Культурные значения – определяются как социальные и профессионально-этические компоненты, имманентно включенные в процесс проектирования.

Осмысление современных профессиональных практик дизайнерской деятельности разворачивает картину не столько опредмечивания материальных человеческих потребностей, сколько «овеществления» сущностного содержания эпохи. Зарождение и развитие многих феноменов постиндустриального и информационного общества во многом связано с современным дизайном. Его природа, в свою очередь трансформируется, качественно расширяя свои функциональные полномочия через организованную посредством дизайна массовость и системность. Сфера динамично расширяющейся социальной активности, и шире – коммуникативной природы дизайна – является основанием для развития транспрофессионализма, понимаемое как «коллективно-распределенная способность рефлексивно связывать и сорганизовать представителей различных профессий для решения комплексных проблем» [4].

Вышеуказанными процессами обусловлено и расширение предмета дизайна до проектирования социальных связей, событий, образа жизни с экспликацией новых моральных, социальных и культурных ценностей. К полномочиям дизайнера-транспрофессионала относится и то, что окружает его в процессе творческого труда, и то, что окружает осуществленные дизайнерские проекты в процессе их функционирования в индивидуальной и социальной жизни людей.

Эта ключевая вертикаль имеет множество горизонтальных ответвлений, которые обеспечивают основные процессы проектного цикла: исследование и погружение в тему, работу с источниками и аналоговой базой, проблематизацию, формирование концепции, поиск и опредмечивание решений, контроль и оценку результата, ситуативное прогнозирование и пер-

спективное развитие темы. К данной классической схеме формирования дизайн-продукта подключается информационная трансляция образа продукта на различных медийных уровнях социокультурной коммуникации. И речь не о рекламных компаниях, а, скорее, о способах репрезентации самой дизайн-идеи, концепции с помощью различных медиа. Такая мультиплатформенная реализация проекта терминологически обозначена как кросс-медиа. «Кросс» указывает на значение пересечения. Следовательно, слово обозначает совокупность пересекающихся друг с другом медиа [2, с. 89].

Понятие кросс-медиа распространено среди медиапрофессионалов, но в то же время оно предполагает более широкое содержание, значимое для процессов проектирования и управления контентом. В этом же пространстве формируются актуальные медийные коммуникации и способы эффективного взаимодействия с потребителем. Ответственное потребление и эстетика ресайклинга, прогнозирование жизни объекта, его старения – это далеко не полный перечень вопросов, важных для осмысления профессионалом-дизайнером, чтобы «видеть глобально, но действовать локально» [4].

Кросс-медиа в таком контексте – это перевод содержания на различные языки медиа с сохранением смыслового стержня. Так, темой проектирования может быть фирменный стиль театра, а конкретными медиаторами интерфейс сайта, книга, парковая инсталляция, театральная перформанс, серия сувенирной продукции и т. д. Каждый из созданных дизайнером продуктов будет выступать носителем дизайн-концепции и в то же время обладать чертами уникального авторского высказывания.

Исследователи социальных и в частности цифровых медиа отмечают, что трансмедиа фундируются на миграции жанров, но логика их развития обусловлена развитием постиндустриального общества и распространением новых информационно-коммуникативных технологий [3, с. 37].

Для подготовки специалистов-инноваторов существует необходимость формирования специальных прикладных образовательных модулей:

- фундаментальная подготовка по базовой естественно-научной или гуманитарной дисциплине;
- техническое образование;
- дополнительное экономическое и/или юридическое образование;
- философско-методологический практикум;
- образование в области стратегического, инновационного и проектного менеджмента;
- интенсивную практику командообразования;
- адаптационные и социализационные курсы [4].

Для дизайн-педагогике актуальными будут следующие ракурсы осмысления общих и профессиональных компетенций:

- социально-экономический (дизайн в системе товарно-денежных отношений и распределения и потребления);
- социокультурный (самоидентификация дизайна как культурной и этической институции, производство социальных значений, проблематизация потребления имиджей);

– коммуникативный (проектное мышление – основа культуры новых медиа, проектная составляющая дизайна – инструмент медийных коммуникаций).

Действительно, транспрофессионализм предполагает не только панорамное видение целей проектирования, но и конкретное понимание функционирования платформ коммуникаций. Осознанное дизайн-проектирование во многом равно осознанному потреблению, что и составляет аксиологический базис дизайнера XXI в. В этой связи актуальны слова П. В. Малиновского: «...они способны не только наладить коммуникацию, но и построить, как правило, очень сложную проектно-организованную или матричную форму, которая позволяет решить проблему и (что еще очень важно) проконтролировать ее реализацию» [4].

Прозрачность в определении интересов и сферы влияния дизайна убеждает дизайнера-исследователя и дизайнера-практика в необходимости анализировать дизайн не только как предмет или систему материальных объектов, но и как коммуникативную ткань, социально значимый процесс, в котором проектирование значений пропорционально проектированию материальных объектов.

Список литературы

1. Мосоров А. М. Теория дизайна: проблемы онтологического и методологического знания / А. М. Мосоров, Н. Н. Мосорова. Екатеринбург: Печатный дом «Солярис», 2004. 401 с.

2. Малиновский П. В. Транспрофессионализм как критерий эффективности управления человеческим потенциалом [Электронный ресурс] / П. В. Малиновский // Общероссийский информационный ресурс. Режим доступа: <http://www.shkp.ru/lib/actions/ss/malinovsky/publications/1>.

3. Gambarato R. R. Transmedia project design: Theoretical and analytical considerations / R. R. Gambarato // Baltic Screen Media Review. 2013. Vol. 1. P. 80–100.

4. Jansson A. Mediatization and social space: Reconstructing mediatization for the transmedia age / A. Jansson // Communication Theory. 2013. Vol. 23. P. 279–296.

УДК 378.635.17:378.146

С. В. Ларионова

S. V. Larionova

**ФГКОУ ВО «Уральский юридический институт МВД России», Екатеринбург
Ural legal institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Ekaterinburg
lsv7474@mail.ru**

К ВОПРОСУ ОБ УСПЕШНОСТИ ОБУЧЕНИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ МВД РОССИИ TO THE QUESTION ABOUT THE SUCCESS OF TRAINING IN EDUCATIONAL ORGANIZATIONS OF THE MINISTRY OF INTERNAL AFFAIRS

Аннотация. В статье рассматривается этимология понятия «успешность», хронобиологическая (возрастная) периодизация, а также особенности учебной деятельности в образовательных организациях МВД России.