

3. *Балашов В. В.* Организация научно-исследовательской деятельности студентов в вузах России: монография / В. В. Балашов. – В 3-х ч. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ГУУ, 2002. – 216 с.

УДК [801.541.2:655.245]:378.637(470.54)

А. В. Степанов

A. V. Stepanov

*ФГАОУ ВПО «Российский государственный
профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург
Russian state vocational pedagogical university, Ekaterinburg
s49@list.ru*

**ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ПЕРЕКОДИРОВАНИЕ НАИМЕНОВАНИЯ ВУЗА
КАК ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
LINGUISTIC RECODING THE NAME OF THE UNIVERSITY
AS AN INNOVATIVE PROPOSAL**

Аннотация. В статье предлагается «перекодирование» наименования-логотипа высшего учебного заведения (РГППУ) на основе выхода на уровень уточненных значений вербальных компонентов, определяющих сущность отраженного в названии вуза направления образовательной деятельности.

Abstract. In the article «recoding» of the name-logo higher education institutions (RSVPU) on the basis of highly refined values of verbal components that define the essence reflected in the name of the University in the areas of educational activity.

Ключевые слова: логотипирование, корпоративный культурный код, дефиниция образовательного направления, вербальный импринтинг, инновация.

Keywords: ligatirovaniya, corporate culture code, the definition of educational directions, verbal imprinting, innovation.

То или иное понятие-логотип в сознании человека на основе опыта восприятия стереотипно связывается с обозначаемым им (логотипом) объектом того или иного назначения: торговым, учрежденческим, институциональным, производственным и др.

Для учреждений образовательного назначения, которые в нашей статье будут объектом рассмотрения в аспекте «логотипирования», логотип служит не только притягательным (аттрактивным) знаком (символом), но и выполняет функцию *точного информационного сообщения*. Данную характеристику мы выделяем, как существенную и переходим к анализу конкретного предмета – наименования высшего учебного заведения Российский государственной профессионально-педагогический университет.

С точки зрения целостного и общего рассмотрения предмета анализа – наименования-логотипа образовательного учреждения (РГППУ) – уместно первоначально выделить такую проблему: существование официального наименования (вуза и др.) в нашем сознании не отражается, как именно логотип (гр. logos – слово, typos – отпечаток). Скорее здесь срабатывает привычка, обыкновение, в определенной степени, «безрефлексивно» относиться к любому предлагаемому официальному наименованию. Отсюда мы в тексте прочитываем только некий общий смысл, не обращаясь к рассмотрению частей. Такой характер восприятия предлагаемой информации естественен для человека, психологически обоснован необходимостью *схватывания* целого [3].

Считывая информацию подобным образом, мы как бы выражаем доверие официальному тексту, не подвергая сомнению точность смысла и содержания передаваемого нам сообщения.

Еще одна проблема связана с тем, что в большинстве случаев официальное наименование является развернутым текстом и не воспринимается как логотип (словесный отпечаток). От логотипа всегда ждут краткости сообщения, что принципиально соответствует его «жанру».

На наш взгляд, оба эти текста – развернутое официальное наименование и краткая его презентация – являются логотипами, но только разного вида: логотипом развернутым (официальное наименование) и логотипом «сжатым» (сокращенного вида), в котором с рекламными целями может быть представлена информация не только словесного характера, но и аббревиатурного, изобразительного.

Позиционируя официальное наименование РГППУ как логотип, следует обратиться к аналитическому рассмотрению целостного «смыслового поля», которое «закодировано» в данной словесной композиции.

Если векторно двигаться от общего, главного к структурно-подчиненному, то, во-первых, требует уяснения смысл направления деятельности вуза, выраженный в вербальных знаках (символах).

Направление деятельности РГППУ выражено в вербальном конструкте «профессионально-педагогический университет». По своему конкретному содержанию – это подготовка будущих профессионалов-преподавателей различных профилизаций (инженерной, дизайнерской, лингвистической и др.)

Данное направление является новым (с 1979 г.) образовательным вектором, не имеющих мировых аналогов, что само по себе составляет приоритетную ценность [2]. Однако маркировка направления в вербальной информационной презентации – «инженерно-педагогическое», затем «профессионально-педагогическое» – не вполне конгруэнтно отражает само явление. Несовпадение смысла и «термина-маркера» происходит из-за привлеченного понятия «педагогический» (педагогическое), которое ассоциативно прочно привязано к смыслу воспитания детей (paides – дети).

Отсюда происходит определенное противоречие между направлением деятельности и его маркировкой, что в заметной степени нарушает «культурный код» логотипа, не дает возможности воспринимающему субъекту считывать информацию точно, однозначно. Символика (другой смысл) слова «педагогический» здесь является определенной информационной «помехой».

На существующее противоречие неоднократно обращали внимание в своих выступлениях руководители вуза и ведущие ученые профессионально-педагогического направления (Г.М. Романцев, В.А. Федоров, Э.Ф. Зеер).

Все это свидетельствует о назревшей необходимости внесения корректив в логотип вуза (РГППУ), а, возможно, и в терминологическое обозначение (дефиницию) генерального направления деятельности системы профессионально-педагогического образования.

Paides – это единственный неточный смысл в логотипе РГППУ, уводящий от содержания деятельности вуза – обучения взрослых субъектов определенной профессии. Если считать его несущественным недостатком общего смысла логотипа (напомним,

развернутого логотипа), то это будет означать отказ от «выравнивания» смыслового вектора, ведущий к устойчивому искажению корпоративного «культурного кода» РГППУ как образовательного учреждения.

Так называемому «культурному коду», мы, на наш взгляд, уделяем пока еще мало практического внимания. Между тем, данное понятие не следует игнорировать, т.к. в нем заключена определенная действенность факторного уровня. Например, Клотель Рапай по результатам своих тридцатилетних исследований делает выводы, что запечатленный образ и код – это примерно, как замок и шифр к нему, а дешифровка имеет огромное значение, помогает ответить на один из важнейших вопросов: что заставляет поступать так, а не иначе? Понимание культурных кодов обеспечивает нас прекрасным новым инструментом, меняет наши взгляды на все вокруг [1].

В том числе этот «новый инструмент» воздействует на наши взгляды относительно «смысловых данных» профессионального образовательного поля нашего социума на уровне «культурного бессознательного». Отсюда следует, что для точной ориентации субъекта в образовательном поле необходимо предложить ему «адекватно оформленный» лингвистический код, т.е. *наименование-логотип* образовательного учреждения. Особенно важно это тогда, когда связано с практикой функционирования уникального, имеющего широкую перспективу развития образовательного направления, каковым является нынешнее «профессионально-педагогическое». Более точное формирование корпоративного культурного кода окажет, на уровне вербального импринтинга, органичное воздействие на субъекта, поможет ему в необходимой ориентации внутри многообразного поля профессиональных векторов.

Аналитические выводы и предлагаемый аспект логотипирования, как процесса формирования наименования-логотипа РГППУ:

1. Существующий в композиции логотипа смысл *paides* – дети – противоречит направлению функционирования вуза, а именно подготовке профессионалов в том или ином виде деятельности.

2. Смысл *paides* в восприятии устойчиво ассоциируется с точным названием конкретного специализированного вида деятельности: педагогики, связанной с профессией обучения и воспитания детей. Напомним, что данное направление (педагогическое) функционирует в образовательной системе (педагогические вузы и др.), например, только в Екатеринбурге свыше 80 лет, а направление «педагогика профессионального обучения» – это понятие более молодое (ему только 35 лет). Это, безусловно, отражается в снижении ситуативной приоритетности «дешифровки» логотипа РГППУ, в пользу педагогического вуза, создаёт в восприятии определенные «неточные» смыслы.

3. Для разрешения данного (реально существующего в информационном поле) противоречия предлагается: заменить в логотипе вуза (РГППУ) термин-маркер «педагогический» на «образовательный», что даст более конгруэнтное определение направления деятельности учреждения, а также будет соответствовать принятым традициям в международном образовательном сообществе, в рамках которого обучение взрослых субъектов профессиям маркируется, как профессиональное образование. В дополнение к термину «образовательный» предлагается использование термина «технологический» (технологическое), в котором доминирующим и этимологически обоснованным смыслом является *techne, technike* – искусство, мастерство, искусное. Замена термина «педа-

гогический» и включение термина «технологический» в логотипе РГППУ может быть представлено ориентировочно в следующих комбинаторных вариантах: Российский государственный университет образовательных профессиональных технологий; технологический профессионально-образовательный университет;... технологический образовательный университет;... образовательно-технологический университет и др.

Список литературы

1. *Клотер Рапай*. Культурный код [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-libra.ru/read/226683-kulturnyj-kod.html>
2. *Федоров В. А.* Профессионально-педагогическое образование: теория, эмпирика, практика / В. А. Федоров. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. проф.-пед. ун-та, 2001. – 330 с.
3. *Фоли Джон*. Энциклопедия знаков и символов. – М: Вече, АСТ, 1997. – 432 с.

УДК 371.134:378.147

А. В. Степанов, Т. М. Степанова

A. V. Stepanov, T. M. Stepanova

ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург

Russian state vocational pedagogical university, Ekaterinburg

ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

Ural Federal University named

after the first President of Russia B. N. Yeltsin

s49@list.ru

ИКОНИКА В ПОДГОТОВКЕ ИНЖЕНЕРНЫХ КАДРОВ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ ICONICS IN THE TRAINING OF ENGINEERS AS AN INNOVATIVE COMPONENT

Аннотация. В статье предлагается включение в образовательные процессы подготовки инженеров дисциплины «Иконика» в качестве визуально-моделирующего курса.

Abstract. The paper proposes the inclusion in the educational process of training engineers discipline «iconics» as a visual modeling course.

Ключевые слова: иконика, визуальное моделирование, развитие проектного мышления, новшество, инновация.

Keywords: iconics, visual modeling, development of project thinking, innovation, innovation.

Педагогическая инноватика как отрасль науки изучает процессы обновления педагогической деятельности в совокупности и различных её системных компонентах: принципообразующем, законосообразном, методологическом, методическом, технологическом и др. Являясь научной отраслью педагогики, инноватика векторно ориентирована на новизну в многовариантных её проявлениях. «Педагогический социум», в котором инноватика функционально раскрывает себя, довольно отчетливо позиционирует её в роли «связующего компонента», осуществляющего взаимодействия научной педагогической мысли и практики. Данный подход прослеживается в исследованиях А. В. Хуторского, В. А. Сластенина, М. М. Поташника, Н. Р. Юсуфбековой и др.

Функционируя как теоретико-практическая система, педагогическая инновация заявляет себя системой *открытой и нелинейной*, отличающейся такими присущими не-