

abstracts for non-educational purposes. The given definitions and classifications of abstracts and papers often contradict each other. These guidance manuals lack clear descriptions of the specific features of a paper and common requirements on structure, the amount of references and the evaluation criterion for all subjects. The particular problems of writing papers at Russian Universities were detected and are described in this paper. The common problems found are the lack of the methodological strategies for paper writing and of measures for preventing plagiarism and also the high workload for correction of the papers. This paper introduces the term “an e-learning method of writing papers” (“electronijuchebnijreferat”) for the first time and presents the experience made in its application as a method for solving of the above mentioned problems. Several classifications of abstracts and papers for educational purposes are suggested in this work. The necessity to define the term “paper” differently in different subjects is also justified here. Possible kinds of papers for educational purposes are outlined and ways of their application as an e-learning method for writing papers are suggested.

СЕМИОТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СООБЩЕНИЙ

Буслова Н.С., Вычужанина А.Ю., Клименко Е.В., Шешукова Л.А.

Тобольская государственная социально-педагогическая академия им. Д. И. Менделеева, Тобольск, Россия
(626150, Тюменская область, Тобольск, ул. Знаменского, 58/1), e-mail: klimeva@yandex.ru

Авторский коллектив обращается к современной проблеме развития визуального мышления граждан высокотехнологического общества. Постоянно возрастающий информационный поток может быть адекватно оценен только при формировании устойчивых причинно-следственных связей, соединяющих отдельные знаковые образы. В связи с этим в статье поднимается проблема презентации информационных сообщений с использованием различных символов. Деятельность, нацеленная на создание и позиционирование продуктов визуальных коммуникаций, основывается на создании индивидуальных образов. В процессе визуализации объект приобретает уникальную внешнюю форму, соответствующую его внутреннему содержанию. При этом, создаваемое знаковое представление информационного сообщения должно максимально отвечать ожиданиям социума, объективно и целостно восприниматься целевой аудиторией, привлекать внимание и внушать доверие. Совмещение созданного таким образом продукта с его содержательной составляющей значительно повышает дидактический потенциал, и становится эффективным способом представления информации. В качестве средств, позволяющих реализовать такой подход, авторы предлагают использовать продукты новомедийных визуальных коммуникаций: видеоролики в стиле аниме, комиксы, брендовая стилизация – логотип, мультимедийные образовательные презентации. Специфика этих продуктов может быть актуальна как в разных социальных группах, так и различных сферах деятельности. Сочетание метода ассоциаций, позволяющего сформировать идею информационного сообщения на основе взаимосвязи характеристик различных объектов, с методически переработанным текстом значительно повышает эффективность существующих стратегий визуализации в передаче информации. При этом визуальное мышление приводит к порождению новых образов, созданию новых визуальных форм, несущих определенную смысловую нагрузку и делающих значение явным.

SEMIOTIC FEATURES OF DATA MESSAGE PRESENTATION

Buslova N.S., Vychuzhanina A.Y., Klimenko E.V., Sheshukova L.A.

Tobolsk state social pedagogical academy named after D.I. Mendeleev, Tobolsk, Russia
(626150, Tobolsk, street Znamensk, 58/1), e-mail: klimeva@yandex.ru

The authors apply to a topical problem of visual thinking development of people in a hi-tech society. Constantly increasing information stream can be estimated only forming steady relationships of cause and effect connections, combining separate sign images. So, the following article enlightens the problem of data message presentation with use of various symbols. The activity, aimed at creation and positioning of visual communication products, is based on creation of individual images. In the course of visualization the object gets a unique external form, corresponding to its internal contents. Thus, a data message created sign representation has to answer society's expectations, objectively and completely be perceived by the audience, to draw attention and to inspire trust. Combination of a created product with its content considerably increases didactic potential and becomes effective in information submission. As the means, allowing realizing such approach, authors suggest to use products of new media visual communications: anime (manga) reels, logo as a brand stylization and multimedia educational presentations. Specifics of these products can be topical either in different social groups or in various fields of activity. The combination of an association method with an analyzed text considerably increases efficiency of existing strategy of visualization in information transfer. Visual thinking leads to appearing of new images, creating of new visual forms. They have a certain semantic meaning and make the meaning obvious.

ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВЫСШЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Бутова Т.Г.¹, Протопопова Т.В.¹, Данилина Е.П.²

¹ ГАОУ ВПО Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия,
(660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 79), tgbutova@mail.ru

² ГБОУ ВПО Красноярский государственный медицинский университет им. проф. Войно-Ясенецкого Минздрава РФ, Красноярск, Россия (660022 г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, 1), danjuly@rambler.ru

С помощью полевых и кабинетных исследований выявлены проблемы модернизации высшего профессионального образования на макро- и микроуровне, а также факторы, сдерживающие совершенствование практики