

Создание эффективной системы управления экологической и промышленной безопасностью на предприятиях нефтегазовой промышленности важно, так как обеспечение экопромбезопасности является одним из способов реализации прав на жизнь, на охрану здоровья, на безопасные условия труда.

Библиографический список:

1. Положение о производственном контроле соблюдение требований промышленной безопасности на производственных объектах «Газпромнефть-Муравленко» от 15.12.2016г1.
2. Воробьева А.В Совершенствование системы управления охраной труда при проведении технической диагностики нефтегазопроводов: автореферат канд. диссертации кандидата техн. наук, Ухта 2012. – 29 с.
3. Козлов М.М., Прусенко Б.Е. Предупреждение аварий и несчастных случаев на основе применения системы регистрации опасных ситуаций. // Нефть, газ и бизнес – 2011. - № 2. – С 45-55

Калайкова Ю. В.
*Уральский государственный
архитектурно-художественный
Университет, г. Екатеринбург
pictaplasma@gmail.com*

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ СРЕДСТВАМИ ДИЗАЙНА: ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Калайкова Ю. В.

На примере перспектив развития дизайн-проектирования в диджитал-рекламе и проведённых аналогий решения бизнес-задач даются рекомендации по оптимизации процесса обучения средствами дизайна.

As well as the development of design in digital, advertising and business, we give an advice for optimizing the learning

process using design tools.

Ключевые слова: дизайн, кастомизация образования, автоматизация дизайна, индивидуальный подход, таргетинг.

Keywords: graphic design, customization of education, design automation, individual approach, targeting.

В отечественной педагогике существует всё необходимое для эффективной трансляции знаний: и действенная методология обучения, апробированная многолетним опытом, и уникальные педагогические техники и технологии, методы обучения и воспитания, а также содержательные материалы трансляции знаний. Любопытно отметить, что вопрос оптимизации процесса обучения сегодня стоит наиболее остро. Исследователи отмечают следующие проблемы:

1. Нехватка возможностей применения инновационных педагогических практик педагогами в реальной жизни. Необходима помощь педагогам в освоении образовательных методик, организации индивидуального подхода в процессе обучения и обратной связи, в профессиональном саморазвитии.

2. Отсутствие стратегии адаптации педагогических техник под современные способы приёма знаний, то есть использования эффективных способов подачи учебного материала.

3. Бесконтрольность самообучения.

4. Дефицит эмоциональной и оценочной составляющей обучения.

Образование — одна из заметных сфер применения дизайна, где есть и сложные модели, и большие наборы данных. Несмотря на то что дизайн XXI века глубоко растворился в других видах деятельности и стал восприниматься скорее как особый тип проектного мышления, он продолжает работать непосредственно с формой объекта.

Дизайн как коммуникативная практика имеет своей целью любыми выразительными средствами произвести максимальный (максимальный читать как «максимально соответствующий целям проектирования», «наиболее целесообразный») эффект на адресата.

Дизайнер в своей деятельности сталкивается с двумя

основными задачами: первая заключается в грамотном целеполагании, а также поиске и использовании подходящих выразительных средств для достижения целесообразности дизайн-проекта. Вторая задача — нивелирование разности социокультурного фона между дизайнером-адресантом и потребителем или потребителями. Когда речь идёт о продукте массового производства, дизайнер руководствуется одной из следующих стратегий:

1. Поиск «золотой середины» или «идеального» решения для всех представителей целевой аудитории продукта. Дизайнер ментально выстраивает коммуникативное поле, руководствуясь своими представлениями о целевой аудитории в рамках социально-демографического и географического таргетинга — выделения людей по возрасту, полу, доходу, социальному статусу и региону проживания. Результатом выбора данной стратегии становится один «усреднённый» дизайн-проект для всей целевой аудитории.

2. Использование больших данных для более точного разделения пользователей на группы. В эту категорию входят уже тематический (базирующийся на определённой тематике) таргетинг, локальный (реализованный в определённом месте) таргетинг, поведенческий и геоповеденческий таргетинги (привычки и пристрастия субъекта, собранные на основе его перемещений как в виртуальной среде, так и в реальной жизни). При обширном таргетинге в рамках одного проекта реализуется несколько решений, которые предлагаются пользователю в зависимости от его интересов и предпочтений.

3. Привлечение пользователя в качестве «сотворца» объекта дизайна, что возможно реализовать, с одной стороны, с помощью сбора дополнительных данных о субъекте, используя опросы, тематические игры, тесты для выявления скрытых интересов и предпочтений (например, эстетических). С другой стороны, вовлекая пользователя в процесс сотворчества посредством конструкторов, редакторов, соцсетей. Основа такого подхода — данные о человеке и потенциал человека в области генерации новых идей. Индивидуальный подход в дизайн-проектировании (кастомизация) не только значительно экономит ресурсы, но и повышает ценность продукта для потребителя.

Кастомизация проектирования видится автору наиболее

перспективной не только в качестве столпа идеалов капиталистической экономики, но и как основной принцип проектирования образовательной системы. Задача дизайнера будущего — оформление результата обработки больших объёмов данных, но уже не в виде рекомендаций, а в виде алгоритма.

В качестве примера конструирования «дизайна будущего» можно привести опыт команды «Яндекса»: смарт-баннеры, в которых система автоматически подбирает содержание индивидуально для каждого конкретного пользователя (разные пользователи будут видеть баннеры с разным наполнением), а также алгоритм автоматического определения цвета из иконки для генерации промо-карточки приложений (Рис. 1-2). Современные системы также позволяют провести автоматизированное А/Б-тестирование для любого элемента, проверять любые гипотезы.

Для реализации кастомизированного подхода в образовании необходимо организовать сбор и обработку больших данных, которые следует грамотно использовать. Это станет возможным лишь в контексте глобальной виртуализации системы образования.

Открытыми остаются вопросы о типах данных, необходимых для эффективного таргетинга, о методах работы с данными, об автоматизированной генерации и оформлении учебной информации.

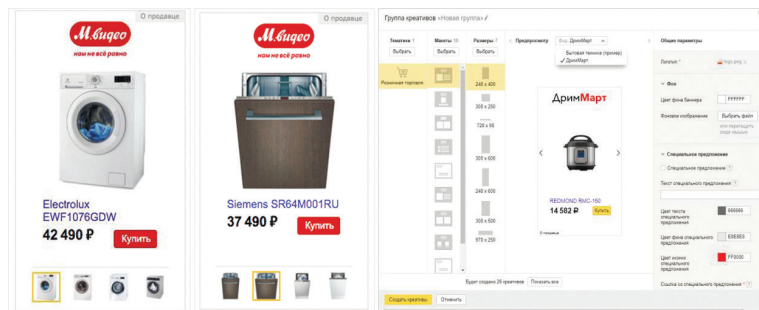


Рис. 1. Варианты смарт-баннеров и конструктор смарт-баннеров Яндекса. URL: <https://yandex.ru/support/direct/smart-banners/design.html> (дата обращения: 09.03.2018)

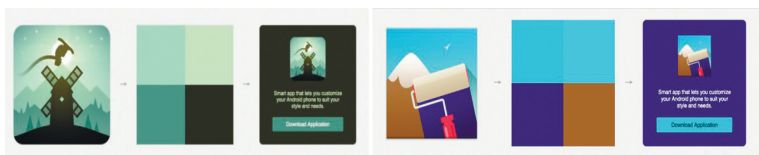


Рис. 2. Пример карточек приложений, сгенерированных алгоритмом Яндекса. URL: <https://vc.ru/15639-yandex-colour> (дата обращения: 09.03.2018) ративное обучение (общение учащийся-учитель, учащийся - система, учащийся-учащийся)

Библиографический список:

1. Беспалова В. В. Проблемы современного образования и инновационные методы их решения / В. В. Беспалова, О. А. Полянская, О. В. Кадырова // Образование и наука: современные тренды: коллективная монография / ЦНС «Интерактив плюс» – 2016. – С. 74-78.
2. Бодров В. Н., Магалашвили В. В. Ориентированная на цели визуализация знания // Образовательные технологии и общество – 2008. № 1. – С. 420-433.
3. Быстрова Т. Ю. Дизайн эффективной инфографики для MOOK: определение значимых характеристик (Часть 1) // Академический вестник УралНИИпроект РААСН 3. – 2017. №3. – С. 92-98.
4. Таратута Е. Е. «Запрограммируй это». Новое представление о коде всего и повседневное социальное авторство // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. – 2017. № 4. – С. 38-48.