

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2020, №6, Том 8 / 2020, No 6, Vol 8 <https://mir-nauki.com/issue-6-2020.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/90PDMN620.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Табатадзе Л.М., Кривобородова Е.Ю., Штукарева Е.Б. Создание словаря терминов креативных индустрий // Мир науки. Педагогика и психология, 2020 №6, <https://mir-nauki.com/PDF/90PDMN620.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Tabatadze L.M., Krivoborodova E.Yu., Stukareva E.B. (2020). Creating of a dictionary of creative industries terms. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 6(8). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/90PDMN620.pdf> (in Russian)

УДК 37

ГРНТИ 14.01.33

Табатадзе Лиана Мурмановна

ГБПОУ «Московский техникум креативных индустрий им. Л.Б. Красина», Москва, Россия
Директор
E-mail: TabatadzeLM@edu.mos.ru

Кривобородова Елена Юрьевна

ГБПОУ «Московский техникум креативных индустрий им. Л.Б. Красина», Москва, Россия
Школа креативного педагога
Руководитель
Доктор технических наук, профессор
E-mail: el.krivoborodova@mail.ru

Штукарева Елена Борисовна

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», Москва, Россия
Центр русского языка
Доцент
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: shtukareva@mail.ru

Создание словаря терминов креативных индустрий

Аннотация. Креативные индустрии являются ресурсом для ускорения социально-экономического развития различных стран за счет интеллектуального и творческого потенциала общества, создающего нематериальные ценности на основе перспективных идей и инноваций. Для подготовки специалистов в области креативных индустрий необходима современная терминология, используемая в речевой практике, что обусловлено появлением значительного количества новых терминов вследствие глобальных тенденций цифровизации и ускорения, развития профессионального движения WorldSkills, формирования профессий будущего, взаимопроникновения понятий из смежных областей деятельности и других факторов.

С целью повышения качества профессионального образования в сфере креативных индустрий, возникла идея создания словаря современной терминологии. Для обоснования концепции словаря и выявления структуры включаемой терминологии, разработана специальная программа исследований, согласно которой определены наиболее трансформируемые сферы креативных индустрий, к которым относятся смежные отрасли: издательское дело, реклама, дизайн, печатное дело и, частично, информационные технологии; проведен анализ наиболее развивающихся и изменчивых областей для определения понятий;

изучены принципы и методы терминологической работы и принято решение о виде создаваемого словаря.

Статья посвящена разработке современного словаря креативных индустрий, построенного на интегральной основе, включая определение терминов, их перевод на английский язык и справочные данные. Авторами представлена концепция словаря терминов креативных индустрий, которая включает следующие положения: целевое назначение, читательский адрес, аппарат издания, характеристика произведения, состав словника, нетекстовые элементы, особенности дизайнерского оформления и полиграфического исполнения. Апробация словаря в учебном процессе показала, что использование новой терминологии позволяет студентам грамотно решать профессиональные задачи с учетом требований международных стандартов профессионального мастерства и оптимизировать время выполнения заданий.

Словарь будет востребован как среди обучающихся для повышения квалификационного уровня подготовки в соответствии с запросами современного рынка труда, так и среди профессионалов, независимо от уровня подготовки и конкретной сферы креативных индустрий, обеспечивая успешную коммуникацию специалистов в смежных областях деятельности.

Ключевые слова: словарь; концепция издания; креативные индустрии; интегральный подход

Введение

Глобальные изменения в экономике большинства стран, в том числе и России, происходящие вследствие цифровизации, демографических, социально-экономических и технологических драйверов приводят к изменению моделей производства и потребления, характера трудовой деятельности, что обуславливает повышение уровня требований к подготовке специалистов для современного рынка труда. Возрастает необходимость в развитии тех отраслей, которые наиболее динамично реагируют на повышение спроса со стороны населения и бизнеса¹.

Современную экономику определяют как экономику знаний, инновационную или креативную экономику [1–4]. Креативная экономика характеризуется тем, что устойчивое развитие обеспечивается за счет интеллектуального и творческого потенциала общества, создающего нематериальные ценности на основе перспективных идей и открытий в разных областях деятельности [5].

В отличие от традиционного экономического уклада, главный инструмент креативной экономики – знания, ресурс – информация, а продукт – инновации [6].

Базисом креативной экономики являются креативные индустрии (*creative industry*), формирующие новый подход в развитии культурного кластера. Данный термин родился в 1998 г по предложению Департамента культуры, медиа и спорта правительства Великобритании как деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и

¹ The Future of Jobs. Global Challenge Insight Report. – [Электронный ресурс] // World Economic Forum 2016. – URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf (дата обращения: 20.12.2020).

которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности².

Сегодня креативные индустрии считаются одним из ключевых факторов развития экономики, способных изменять облик и имидж городов, создавать новые рабочие места и способствовать притоку новых потребителей [7].

К креативным индустриям (КИ) относят³: *визуальное* (живопись, графика, скульптура, фотография, антиквариат) и *исполнительское* (опера, музыка, театр, танец, цирк и т. п.) *искусства*; *медиа*, включая *издания и тиражирование печатным способом* (книги, газеты, журналы), *массмедиа* и *аудио-визуальные медиа* (цифровой контент, программное обеспечение, видеоигры, анимация, кинематограф); *функциональное творчество*, такое как дизайн в различных областях (средовой, ландшафтный, графический, костюма, игрушек); *креативные сервисы* (реклама, архитектура, креативные научные исследования и разработки (НИОКР), услуги в сфере культуры и цифровых технологий; *наследие*, включая культурное самовыражение (художественные и традиционные ремесла и промыслы), фестивали и культурные объекты (исторические памятники, музеи, библиотеки, архивы и т. д.). КИ отличаются индивидуальным подходом при разработке продукта или предоставлении услуг и важностью нематериальной составляющей их ценности.

В соответствии с данными Евростата [8], деятельность в культурных и креативных индустриях в 2015 году обеспечивала почти 3,7 % всей занятости в европейских странах (ЕС) (8,4 млн рабочих мест), что превышало занятость в автомобильной промышленности. В мире данные индустрии обеспечили 29,5 млн рабочих мест, что составляет 1 % всего активного населения.

В России в 2017 году доля креативной индустрии в валовом внутреннем продукте (ВВП) составила 0,5 %, это сопоставимо с такими отраслями, как рыболовство (0,3 %) и гостиничный бизнес (0,9 %). Аналитики ожидают существенный рост доли креативной индустрии в ВВП РФ к 2025 году [9], до 2 %, что сравнимо с коммунальными и социальными услугами (1,8 %), а также образовательными услугами (3 %).

В отличие от международной практики, где лидирующие позиции в сфере креативных индустрий занимает телевидение, в отечественной практике первенство принадлежит сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг, на втором месте – реклама, дизайн и маркетинг, на третьей позиции – издательская деятельность⁴.

На основе выше изложенных фактов показано, что креативные индустрии обладают большим потенциалом в части развития рынка труда и обеспечения роста рабочих мест, как во всем мире, так и в России. В связи с этим, *вопросы подготовки кадров для креативных индустрий в контексте новых требований рынка труда приобретают важное значение для развития системы высшего и профессионального образования* [10].

² Mapping the creative industries: a toolkit. / [Электронный ресурс]. British Council's Creative And Cultural Economy Series // Published by The British Council. – 2010, 61 p. URL: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf (дата обращения: 20.12.2020).

³ Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик. [Электронный ресурс] // Бюллетень о сфере образования. – Сентябрь, 2017. – 23 с. – URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf> (дата обращения: 20.12.2020).

⁴ Там же.

Этапы исследования и разработки

За последние годы в перечисленных выше сферах произошли значительные изменения, связанные с цифровой трансформацией образования, с взаимопроникновением технологий из разных областей, что изменило и потребность в будущих специалистах, обладающих универсальными навыками создания аналитико-творческого синкретического продукта, объединяющего текст и визуальные приемы подачи информации. Открытый доступ к информационным ресурсам, растущая скорость и постоянно пополняющиеся способы их передачи, непрерывно совершенствующиеся программные приемы обработки и визуализации информации облегчают труд специалистов и высвобождают время для творческого поиска художественной идеи и ее эстетического воплощения, однако, требуют владения новой современной терминологией.

Для повышения качества профессионального образования в сфере КИ, возникла идея создания словаря современной терминологии. Чтобы обосновать концепцию словаря и выявить структуру включаемой терминологии, разработана программа исследований (рисунок 1), которая отражает направления анализа различных областей с целью определения:

- наиболее изменчивых сфер креативных индустрий;
- причин, обуславливающих появление новых терминов;
- принципов и методов терминологической работы.



Рисунок 1. Структурная схема программы исследований для создания словаря креативных индустрий (создано авторами)

Поиск наиболее изменчивых сфер креативных индустрий. На основе изучения бизнес-аналитики выявлено, что широкое внедрение информационных технологий и стремительное расширение ИТ-услуг, развитие цифровизации в производственных процессах

привело к значительным изменениям в области медиаиндустрии⁵. Изменились модели потребления контента в пользу малых целевых групп потребителей с конкретными запросами (основные признаки: возраст, интересы, географическая принадлежность, культурный бэкграунд и др.); произошло увеличение электронного контента; возникли новые формы его создания и трансляции (например, *блогинг*, *сторителлинг* и т. д.); выявились предпочитаемые форматы представления контента (в частности, *аудиокниги*); расширились платформы его распространения (такие, как *Google*, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp* и др.). Создание новых форм существования и трансляции контента и его дистрибуция потребовали разработки новой маркетинговой и коммуникационной стратегий, укрепления адресного взаимодействия с конечными потребителями. Такой подход требует взаимодействия специалистов в близких областях деятельности.

Таким образом, определена область формирования терминологии словаря, затрагивающая смежные сферы: издательское дело, реклама, дизайн, печатное дело и, частично, информационные технологии.

Анализ факторов, приведших к необходимости создания словаря креативных индустрий. Для однозначной интерпретации профессиональных понятий специалистами смежных областей деятельности и совместного создания новых востребованных продуктов на интеллектуальной и творческой основе, проведен анализ причин, которые обусловили появление новой и необходимость уточнения существующей терминологии.

Так, например, к достаточно новым терминам относятся: *адсенс*, *ай-стоппер*, *блид*, *большие данные*, *буктрейлер*, *виртуальный маркетинг*, *графическое издание*, *дизайнер виртуальной и дополненной реальности*, *единый рекламный блок*, *журналистика «быстрого взгляда»*, *зрелищный маркетинг*, *креативная индустрия* и многие другие.

В издательской отрасли появились новые виды изданий, а соответственно и их новые номинации: *евробук* ‘новый формат книг в гибкой прочной обложке, которая раскрывается на 360°, с клапанами обложки, используемыми в качестве закладки’ (термин введен издательством «ЭКМО» в 2018 г.), *е-книга* ‘электронная книга’, *покетбук* ‘книга небольшого формата в мягкой обложке, которая может уместиться в кармане’, *пятибук* ‘книга небольшого формата для дневниковых записей, рассчитанная на пять лет’, *скетчбук* ‘специальный небольшой альбом или блокнот для набросков’; возникают и новые виды профессиональной деятельности, основу которых составляют навыки создания текста в интернет-среде: *копирайтинг* ‘профессиональное создание заказных продающих, продвигающих и информирующих текстов’, *рерайтинг* ‘преобразование исходного текста с целью получения вторичного текста с новыми лексическими единицами, идентичного по смыслу оригиналу, но уникального с точки зрения оценки поисковыми программами (Яндекс, Google)’, *SMM-копирайтинг* ‘профессиональное создание продвигающих текстов для социальных сетей’; заметно обогащается пласт профессионализмов, связанных с наименованиями различных видов текста, их продуцирования, обработки, визуализации: *агрегированный инфотекст*, *атомизированный контент*, *инфографика*, *лонглист*, *лонгрид*, *подкаст*, *сторителлинг*; появляются термины, отражающие рождение новых жанров и видов литературы: *сетевая литература (сетература)*, *фанфик*, *графический роман* и др.

Постепенно стираются границы между близкими областями: рекламой и дизайном, издательской и полиграфической деятельностью, а значит и их термины также становятся более универсальными, которые нельзя однозначно отнести к определенной сфере.

⁵ Trends Transforming The Publishing Industry Outlook in 2021. – [Электронный ресурс]. // Linchpin Digital Marketing Agency. – URL: <https://linchpinseo.com/trends-in-the-publishing-industry/> (дата обращения: 20.12.2020).

Ряд уже используемых терминов требуют конкретизации и уточнения вследствие изменения и развития тех областей, в которых они применяются. Так, существующие в справочной литературе и Интернет-словарях толкования не дают четкого разграничения понятий *бренд*, *брендинг*, *бренди́рование продукции*, *бренд-бук*; отсутствуют различия ряда терминов, таких как *айдентика* и *фирменный стиль*, а также *логотип*, *товарный знак* и *торговая марка*.

В то же время, происходит активное заимствование терминов из различных языков (главным образом, английского), как например, *аида* (от англ. акронима *aida*) – ‘одна из самых распространенных моделей рекламного обращения’, *брандмауэр* (от нем. *Brandmauer*) – ‘плакат гиперформата, прикрепляемый к глухой стене здания или сооружения’, *бэкграундер* (от англ. *background*) – информация о деятельности компании текущего, событийного характера, *пресс-релийшнз* (от англ. *press-relations*) – ‘установление и поддержание контактов с прессой для обеспечения редакционного освещения деятельности фирмы, представления ее товаров, услуг’, *промоушн* (от англ. *promotion*) – ‘содействие продаже, сбыту, проведение мероприятий, воздействующих на конечного потребителя’ и т. д.

В связи с прогнозами появления новых профессий – профессий будущего (*Future Skills*), таких как «*science-художник*», «*инфостилист*», «*дизайнер эмоций*», «*куратор коллективного творчества*», «*продюсер смыслового поля*» и многих других, возникающих на пересечении смежных отраслей деятельности, объединяющих навыки из близких профессий⁶, также возникает необходимость в трактовке новых, впервые появляющихся терминов.

Ввиду стремительного развития профессионального движения *WorldSkills* и введением в качестве государственной итоговой аттестации в Федеральные государственные профессиональные стандарты среднего профессионального образования (ФГОС СПО) РФ демонстрационного экзамена, учитывающего международные стандарты профессионального мастерства [11], появился пласт новой лексики (например, по специальности «Графический дизайн»: *волосная линия*, *компрессия данных*, *нокаут*, *сигнатура*, *тулбокс* и другие), трактовка которой необходима для развития методологии обучения.

Проведенный анализ показал, что терминология современных индустрий представляет собой весьма живой, чутко и оперативно реагирующий на изменения в реальности пласт лексики. Чтобы служить задачам успешной коммуникации действующих специалистов в профессиональной среде, точного и актуального обучения будущих специалистов, необходимо сформировать комплексный, удобный в использовании словарь, который интегрирует современные технологии восприятия информации.

Изучение методов терминологической работы. Согласно положениям Национального стандарта Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 704-2010 «Терминологическая работа. Принципы и методы»⁷: терминосистемы всегда имеют дело со специальным языком конкретной области знания, поэтому понятие следует рассматривать не только как единицу мышления, но и как единицу знания. Таким образом, термины являются инструментом знания. Поэтому целью терминологической работы в сфере креативных индустрий являлось прояснение и стандартизация современных понятий для взаимопонимания профессионалов,

⁶ Атлас новых профессий – [Электронный ресурс]. // Официальный сайт. – URL: <http://atlas100.ru> (дата обращения: 18.12.2020).

⁷ ГОСТ Р ИСО 704-2010 «Терминологическая работа. Принципы и методы» – [Электронный ресурс]. // Консорциум КОДЕКС. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200086162> (дата обращения: 18.12.2020).

работающих в смежных областях деятельности, и, что наиболее важно, для обучения будущих специалистов.

Для формирования сущности и содержания понятий, включаемых в словарь, разработчики руководствовались методологией, которую следует использовать в соответствии с ГОСТ Р ИСО 704-2010 при анализе терминологии:

- идентификация контекста или рассматриваемой предметной области;
- идентификация свойств предметов в рамках предметной области;
- определение свойств, которые абстрагируются в признаки;
- группирование признаков для образования понятий;
- приписывание обозначений.

Учитывалось также, что разработка терминологии для еще не сложившихся специалистов требует больших объяснений, дополнений и обозначений рассматриваемых понятий.

Определение вида словаря. Словари как вид справочного издания, в соответствии с классификацией ГОСТ 7.60-2004 «ИЗДАНИЯ. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ. Термины и определения»⁸, согласно седьмому пункту классификационной группировки подразделяются на: *энциклопедические, языковые и терминологические*. Каждый вид словаря выполняет определенную главную функцию: энциклопедический словарь является универсальным справочным изданием, охватывающим обширные области современного знания; языковой словарь содержит перечень языковых единиц с их характеристиками или переводом на другой язык; толковый словарь дает разъяснение значения терминов в определенной области.

Студенты, обучающиеся профессиям в сфере медиаиндустрий, должны владеть навыками работы с текстом, анализировать его содержание, совершенствовать язык и стиль, писать на иностранном языке статьи и аннотации, аналитически и творчески преобразовывать информационные данные в схемы, таблицы, презентации, макеты, обрабатывать и создавать иллюстративный материал, владеть современными программными продуктами.

Исходя из обозначенных выше задач, в результате проведенного анализа *обоснована необходимость создания комплексного словаря креативных индустрий*, объединяющего термины в смежных областях: медиаиндустрии, рекламы, дизайна, визуального искусства, книгоиздательской практики, полиграфического производства, что позволит стандартизировать терминологию, позволяющую специалистам эффективно коммуницировать в процессе креативной деятельности.

Учитывая необходимость мобильного создания эссе, аннотаций, резюме и др. текстов на английском языке, к созданию нового словаря применен инновационный подход.

Интегрированный подход к созданию словаря. «Словарь терминов креативных индустрий» построен по интегральному принципу: он является *терминологическим* и одновременно *переводным*, так как содержит не только толкование терминов, но и их перевод на английский язык. Ряд словарных статей дополнительно содержит некоторые *справочные материалы*, способствующие более глубокому разъяснению значения термина и частичному обучению пользователей. Для сокращения текстового толкования использован прием визуальной демонстрации толкования в виде иллюстраций. Для получения более подробной

⁸ ГОСТ 7.60-2004 «ИЗДАНИЯ. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ. Термины и определения» (С Поправкой). – [Электронный ресурс]. // Консорциум КОДЕКС. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200034382> (дата обращения: 18.12.2020).

информации по ряду новых терминов представлены QR-коды, отсылающие к интернет-источникам применения термина, что обеспечивает мобильность извлечения данных по интересующим понятиям. В словаре представлен дополнительный *раздел профессионализм*, что привлекает современную студенческую аудиторию, а также специалистов с большим опытом работы.

Прототипы словаря. Проектирование словаря опирается на традиции книжной культуры и соответствует состоянию современной информационной среды. Разработке концепции предшествовало изучение содержания, устройства и оформления таких изданий, как Каган Б., Ст. Стефанов «Словарь полиграфических терминов»; Кричевский В. «Типографика в терминах и образах»; Мильчин А.Э. «Справочник издателя и автора: редакционно-издательское оформление издания»; Щеглова В.А., Юшкевич А.А., словарь дизайнерских терминов Международной общественной ассоциации «Союз дизайнеров», «Словарь издательско-полиграфических терминов: англо-русский, русско-английский» и др.; источниками новейших терминов являлись современные авторитетные сайты по отраслям и блоги издателей, журналистов, дизайнеров.

Разработка концепции словаря

В качестве основных составляющих концепции словаря были сформулированы следующие положения.

- **Целевое назначение** – терминологический словарь, доступно разъясняющий содержание современных (как новых, так уже и устоявшихся в профессии) терминов в области таких творческих индустрий, как дизайн, реклама, издательское дело и полиграфия, медиаиндустрии (имеющих отношение к мультимедийному тексту и способам его представления), являющихся наименованиями профессиональных понятий, приемов обработки информации, технических операций, программного обеспечения, создаваемых продуктов, их элементов. В словарь включены новые термины, используемые в Чемпионатах WorldSkills⁹, по профессиям будущего Future Skills, употребляемые в международных стандартах профессионального мастерства и при сдаче демонстрационных экзаменов в соответствии с ФГОС СПО.

- **Читательский адрес** – студенты и преподаватели техникумов и колледжей, связанные с изучением дисциплин по специальностям и профессиям «Реклама», «Дизайн (по отраслям)», «Графический дизайн», «Издательское дело», «Полиграфическое производство», «Операторы электронного набора и верстки», «Изготовление изделий из бумаги и картона и других, участвующие в сдаче демонстрационного экзамена и Чемпионатах WorldSkills, осваивающие профессии будущего в данных областях (Future Skills), студенты вузов, все специалисты, работающие в области креативных индустрий, школьники, интересующиеся созданием авторских рекламно-информационных и медиа-визуальных продуктов.

- **Аппарат издания.** В состав *аппарата словаря* входят: выходные сведения; предисловие (раскрывает содержание, принцип отбора материала, назначение словаря, рекомендации по использованию, показывает отличие от аналогичных словарей); содержание терминов в разделах каждой буквы по алфавиту; списки сокращений и условных обозначений; применение приемов условного цветового выделения необходимой информации; система внутренних ссылок.

⁹ WorldSkills Russia. – [Электронный ресурс]. // Официальный сайт. – URL: <https://worldskills.ru/> (дата обращения: 20.12.2020).

- **Характеристика произведения.** Принцип построения словаря – систематический, логика построения – включение терминологии смежных отраслей: реклама, дизайн, издательское дело, полиграфия, частично, информационные технологии, расположение словарных статей – по алфавиту. *Структурная единица словаря* – справочная статья, состоящая из термина, пометы для обозначения основной области применения, его перевода на английский язык и толкования. Объяснение характеризуется четкостью и ясностью, предполагает быстрое восприятие и использование статьи, допускает использование примеров и рекомендаций, схем, иллюстраций.

- **Состав словника.** В словник включены как термины, называющие виды и элементы издания (*альбом, артбук, баннер, задачник, интерактивная книга, плакат, рабочая тетрадь, самоучитель, сериальное издание, авантитул, титул, илмуцтитул, разворот* и др.); виды шрифтов по назначению и области применения (*книжные, газетные, плакатно-афишные, картографические, декоративные, рекламные, имитационные*), и другим признакам, в зависимости от соотношения основных и соединительных штрихов, наличия и формы засечек; типы гарнитур (различаемых по ширине очка: *узкого, нормального и широкого начертания*; его постановки: *прямого и курсивного начертания*; насыщенности: *светлого, нормального, полужирного и жирного начертания*); параметры, характеризующие организацию букв и строк в тексте (*кегель, кернинг, интерлиния, интерлиньяж, трекинг* и др.); слова, связанные с приемами языково-стилистической обработки текста и корректуры, возможными ошибками (*тема и рема высказывания, фактчекинг, зияние гласных и неблагозвучие*), средства создания выразительности текста (*анафора, гипербола, литота, метафора, парцелляция*), различные приемы визуализации информации (*видеоскрайбинг, инфографика, скринкаст, типографика*); термины из области дизайна, включающие перечень основных исторических стилей, компоненты цвета и другие термины (*гамут, гайдлайн, заливка, изогелия, инсталляция, конструктивизм, конфигурация, логотип* и т. п.); процессы редакционно-издательской подготовки (*редактирование, правка, спуск полос*); различные технологические процессы и оборудование, связанные с изготовлением издания (*голография, оверпринт, фальцовка, виды печати, виды тиснения* и проч.); процессы маркетингового продвижения продукта и услуги на рынке (*буктрейлер, буктьюбер, смм-продвижение, сегментация рынка, спрос, стартап* и др.).

- **Особенность издания** состоит в том, что в словник издания включены как традиционные, широко известные в профессиональной среде термины (например, *абзац, акциденция, аннотация, аппарат издания, брошюровка, гарнитура, плашка*), так и новейшие (*буккроссинг, дескриптор, информационный стиль, инфотеймент, мегажурнал, партворк, роялти, флипбук* и др.), в том числе и представляющие собою жаргонные единицы (*фанфик, фактоид, фид*), а в некоторых случаях еще не полностью освоенные русским языком и существующие как варваризмы (*future skills true story, young adult fiction*).

- **Нетекстовые элементы.** В качестве иллюстраций для объяснения понятий, процессов и технологий используются схемы, рисунки и фотографии. Для расширения информации по ряду терминов включены QR-коды.

- **Цветовое решение** в словаре несет смысловую нагрузку и способствует эргономичному восприятию материала, сокращая время на поиск необходимой информации. Так, текст слов, обозначающих термины, их перевод, и толкования выделены с помощью различной цветовой окраски; пометы, указывающие основную область применения термина, отмечены тонированием, принятым для соответствующей области в пределах всего словаря.

- **Полиграфическое исполнение.** Печатное издание, характер переплета – клеевое скрепление, обложка – мягкая ламинированная, что обеспечит ценовую доступность издания; формат – А5.

Подготовка издания словаря. В подготовку издания словаря вовлечен целый коллектив преподавателей, сотрудников и студентов Московского техникума креативных индустрий им. Л.Б. Красина. Задача одних преподавателей специальных дисциплин заключалась в создании словника, включающего актуальную терминологию в области рекламы, дизайна, издательского дела, верстки и полиграфии, уточнение ранее используемых понятий, формировании новых терминов и их определений, включаемых в словарь; другие преподаватели, с большим опытом практической работы в профессиональной сфере, выполняли экспертизу понятий; преподаватели-лингвисты занимались переводом.

Дизайнерской группой разработаны формат, оформление и дизайн-макет словаря, сотрудники типографии напечатали словарь в типографии техникума.

Студенты осуществляли апробацию терминологии в учебном процессе при выполнении учебных заданий, курсовых и выпускных квалификационных работ, пополняя профессиональные знания и выявляя термины с недостаточно понятным или неточным толкованием.

Апробация словаря терминов креативных индустрий в учебном процессе

Учебный эксперимент по созданию краткого рекламно-информационного текста (на русском языке, с аннотацией на английском языке) в рамках подготовки модуля презентационной компетенции «Инфостилист» для чемпионата WorldSkills, проводимый в ГБПОУ «Московский техникум креативных индустрий им. Л.Б. Красина», показал эффективность использования терминов словаря для сокращения затрат времени на создание синкретического продукта. Эксперимент проводился в двух группах по специальности «Издательское дело», общей численностью 48 человек, разделенных на две равноценные (по учебным достижениям и числу участников) команды. Только одна из команд (команда Б) каждой группы выполняла задания с использованием разработанного словаря. Как показывают диаграммы (рисунок 2), среднее время, затраченное командами А и Б в двух группах на основное задание составило 49,5 мин. и 34,5 мин. соответственно; на создание аннотации – 31 мин. и 18 мин.

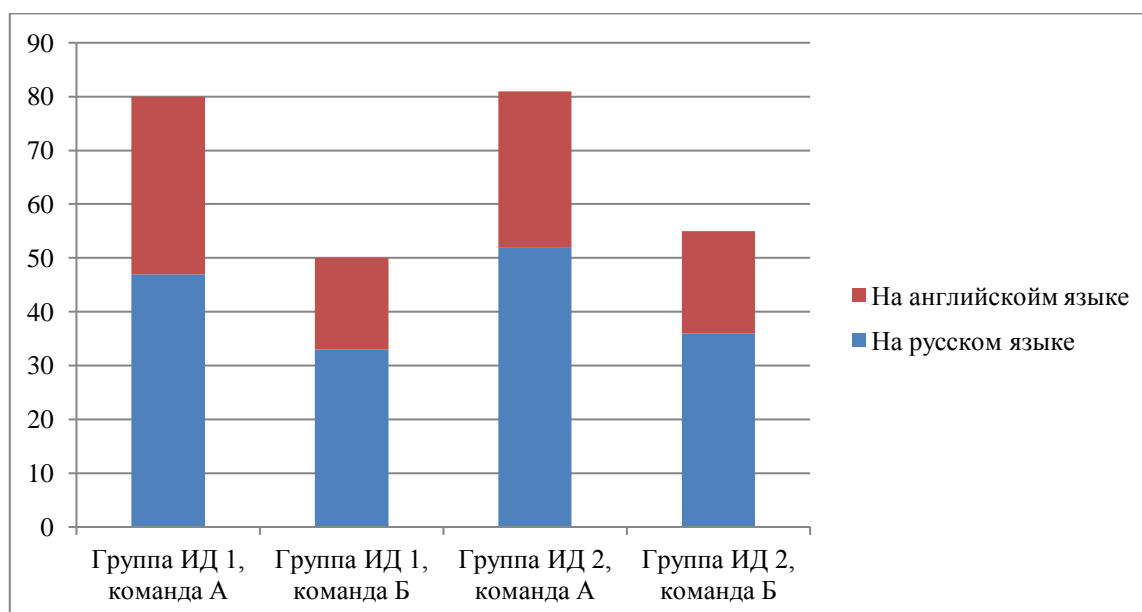


Рисунок 2. Диаграммы учебного эксперимента по использованию словаря креативных индустрий при выполнении заданий (создано авторами)

Сокращение затрат времени выполнения основного задания составляет 30,3 %, аннотации – 41,9 %. Таким образом, эффективность использования словаря креативных индустрий в учебных целях и в профессиональной области не вызывает сомнения.

Научно-практическая значимость. Работа над словарем креативных индустрий представляла собой симбиоз научной и практической деятельности. Выявление новых терминов, идентификация характеристик, определяющих сущность понятий, их типизация для использования, например, при подготовке и сдаче демонстрационного экзамена как обязательного элемента ГИА, а также к профессиям будущего, представляет собой теоретическую новизну данной работы. Использование терминологии словаря в учебном процессе позволяет студентам грамотно применять новую профессиональную терминологию, что повышает их квалификационный уровень подготовки в соответствии с запросами работодателей сферы креативных индустрий и постоянно изменяющимися требованиями рынка труда.

Заключение

Таким образом, разработка словаря креативных индустрий, отражающего последние изменения в профессиональной терминологии, позволяет развивать компетенции обучающихся в области изучаемых профессиональных дисциплин: определять типологию будущего издания (как электронного, так и печатного), разрабатывать модель издания, редактировать различные виды текста, работать с фактическим материалом, осуществлять языково-стилистическую правку, применять навыки аналитико-синтетической переработки информации, выполнять корректуру, верстку, подбирать иллюстративный ряд, создавать дизайн-макет издания, писать статьи и аннотации на иностранном языке, создавать иллюстрации для новых изданий, разрабатывать технологический процесс изготовления различных по функциональному назначению и оформлению изданий; и в то же время, экономить время в ходе профессиональной практической деятельности. Однако, словарь полезен и для профессионалов с большим опытом практической работы.

Комплексный принцип создания словаря является своевременным откликом на проблему отсутствия актуальной терминологии в сфере креативных индустрий для подготовки специалистов, которые способны создавать новые продукты на интеллектуальной и творческой основе.

Интегральный подход в формировании структуры словаря открывает широкие возможности для нового нетрадиционного пути к созданию справочно-учебных изданий, синтезируя современные возможности маркетинга, дизайна, издательского дела, полиграфии и компьютерных технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тюкавкин, И.Н. Экономика знаний. Вестник СамГУ. 2014. – №6 (117). – С. 145–149. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-znaniy/viewer> (дата обращения: 20.12.2020).
2. Васекина, В.В. Креативная экономика – стратегия развития общества XXI века. // Вестник СамГУ. 2014. – № 5 (116). С. 15–19. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-strategiya-razvitiya-obschestva-xxi-veka/viewer> (дата обращения: 20.12.2020).

3. Новикова, С.К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт. [Электронный ресурс] // Новые технологии. 2019. Вып. 2 (48). С. 175–184. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-kak-drayver-rosta-mirovoy-i-rossiyskiy-opyt> (дата обращения: 20.12.2020).
4. Дацк, А. Исследование тенденций креативной экономики в России и за рубежом. [Электронный ресурс] // Проблемы развития инновационно-креативной экономики: сборник докладов междунар. научно-практ. конференции. Москва, Креативная экономика, 2010. – С. 15–20. – URL: <https://www.hse.ru/data/2011/02/17/1208835712/2%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf> (дата обращения: 20.12.2020).
5. Хокинс, Джон. Креативная экономика. М.: Издательский дом «Классика – XXI». 2011. – 256 с. [Электронный ресурс] Лабиринт. // URL: <https://www.labyrinth.ru/books/523507/> (дата обращения: 20.12.2020).
6. Белокрылова, О.С., Дубская Е.С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России. [Электронный ресурс] // TERRA ECONOMICUS. 2013. Том 11, № 4, ч.2. С. 5–11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-formirovaniya-kreativnoy-ekonomiki-i-vozmozhnosti-ego-ispolzovaniya-v-rossii> (дата обращения: 20.12.2020).
7. Landry, Charles. The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators. – [Электронный ресурс]. // Earthscan Publications Ltd UK & USA, 2000. – 301 p. – URL: https://vk.com/doc5787984_459818200?hash=23176593dac745b505 (дата обращения: 20.12.2020).
8. Dent, T., Comunian, R., Conor, B., Pica, V., Wilson, N., Burlina, C. Creative workforce in Europe statistic report. – [Электронный ресурс]. // Report: Developing Inclusive and Sustainable Creative Economies. – March, 2020. – URL: <https://disce.eu/wp-content/uploads/2020/05/DISCE-Report-D3.2.b.pdf> (дата обращения: 20.12.2020).
9. Каганов, В.Ш. Управление изменениями в общеобразовательной школе с учетом развития креативной экономики. – [Электронный ресурс]. // Государственная служба. № 2. С. 81–86. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35248655> (дата обращения: 20.12.2020).
10. Каганов, В.Ш., Табатадзе, Л.М. Формирование человеческого капитала для креативной индустрии и вопросы стандартизации WorldSkills: практика и возможности. – [Электронный ресурс]. // ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА, 2018, № 5. – С. 43–47. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-chelovecheskogo-kapitala-dlya-kreativnoy-industrii-i-voprosy-standartizatsii-worldskills-praktika-i-vozmozhnosti> (дата обращения: 20.12.2020).
11. Табатадзе, Л.М., Кривобородова, Е.Ю. Опережающий подход в организации подготовки обучающихся к Государственной итоговой аттестации. – [Электронный ресурс]. // Вестник Московского городского педагогического университета / Научный журнал. Научно-инф. изд. центр МГПУ, 2019, № 1 (47). – С. 75–87. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38167459> (дата обращения: 18.12.2020).

Tabatadze Liana Murmanovna

Moscow technical school of creative industries by L.B. Krasin, Moscow, Russia
E-mail: TabatadzeLM@edu.mos.ru

Krivoborodova Elena Yurievna

Moscow technical school of creative industries by L.B. Krasin
Russia, Moscow
E-mail: el.krivoborodova@mail.ru

Stukareva Elena Borisovna

National university of science and technology «MISIS», Moscow, Russia
The Russian language center
E-mail: shtukareva@mail.ru

Creating of a dictionary of creative industries terms

Abstract. Creative industries are a resource for accelerating the socio-economic development of various countries through the intellectual and creative potential of a society that creates intangible values based on promising ideas and innovations. To train specialists in the field of creative industries, modern terminology is needed, used in speech practice, which is due to the emergence of a significant number of new terms due to global trends in digitalization and acceleration, the development of the WorldSkills professional movement, the formation of professions of the future, the interpenetration of concepts from related fields of activity and other factors. In order to improve the quality of professional education in the field of creative industries, the idea of creating a dictionary of modern terminology arose. To substantiate the concept of the dictionary and identify the structure of the included terminology, a special research program has been developed, according to which the most transformable areas of creative industries are identified, which include related industries: publishing, advertising, design, printing and, in part, information technology; analysis of the most developing and changing areas to define concepts; the principles and methods of terminological work were studied and a decision was made about the type of the dictionary being created.

The article is devoted to the creation of a modern dictionary of creative industries, built on an integral basis, including the definition of terms, their translation into English and reference data. The authors present the concept of the developed vocabulary of terms for creative industries, which includes the following provisions: purpose, reader's address, publication apparatus, characteristics of the work, composition of the vocabulary, non-textual elements, design features and printing performance. The approbation of the dictionary in the educational process showed that the use of new terminology allows students to competently solve professional problems, taking into account the requirements of international standards of professional excellence and optimize the time for completing assignments.

The dictionary will be in demand both among students to improve the qualification level of training in accordance with the demands of the modern labor market, and among professionals, regardless of the level of training and the specific sphere of creative industries, ensuring successful communication of specialists in related fields of activity.

Keywords: vocabulary; publication concept; creative industries; integral approach