

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Санкт-Петербургский Государственный Университет
Факультет искусств
Код направления 072500 «Дизайн»
ООП «Графический дизайн»**

автор Хуан Сэньли

название работы «Роль графического дизайна в коммуникациях смешанного формата в обучающей сфере. (На примере взаимодействия с китайскими студентами.)»

Научный руководитель теоретической части:
доктор философских наук,
профессор кафедры дизайна
факультета искусств СПбГУ
Спераская .В.С

Научный руководитель практической части:
старший преподаватель кафедры дизайна
факультета искусств СПбГУ
Витковская .С.В

Санкт-Петербург

2023

Содержание

Введение	3
Глава 1. Графический дизайн и коммуникация	7
1.1. Развитие графики и графического дизайна в коммуникациях смешанного формата.....	7
1.2. Значение графического дизайна в коммуникации.....	13
1.3. Эффективная коммуникация визуальных символов.....	13
1.4. Тенденция к многомерности в графическом дизайне	17
Выводы	27
Глава 2. Развитие российско-китайского образовательного обмена и сотрудничества	29
2.1 Российско-китайский образовательный обмен и сотрудничество.....	29
2.2 Языковой барьер.....	31
2.3. Анализ сходства и различия между логотипами российских и китайских университетов.....	40
2.4. Прогноз перспектив развития российско-китайский образовательного обмена и сотрудничества.....	46
Выводы	51
Глава 3. Платформа образовательного обмена «Ноль дистанции»	53
3.1 Анализ существующих сайтов образовательных обменов.....	53
3.1.1 Анализ альтернатив создания образовательной платформы.....	56
3.2 Интеграция китайских элементов в коммуникационную графику платформы образовательного обмена.....	58
3.3 Дизайн проекта.....	61
Выводы	70
Заключение	71
Список литературы	73
Приложение 1	78
Приложение 2	83

Введение

Одной из самых прямых форм человеческого общения являются визуальные сигналы. Визуальные сигналы обеспечивают эффективную передачу и обмен информацией между людьми. Наследование и передача опыта на раннем этапе развития человечества зависело напрямую от визуальных символов, вследствие чего процесс человеческого общения получил дальнейшее развитие.

Существующие языковые символы, которыми пользуется человек на самом деле представляют собой особый вид визуальных символов. Языковые символы являются упрощенными визуальными символами. Применение визуальных символов неразрывно связано с развитием современного общества. Эффективное использование визуальных символов можно увидеть в различных сферах, таких как политика, экономика, образование, маркетинг и т.д. Визуальные символы — во многом примитивный, но очень прямой способ выражения.

Со вступлением человечества в век информационных технологий графический дизайн сильно изменился. Непрерывный прогресс в сфере информационных технологий, особенно появление трехмерных технологий и широкое применение сетевых медиа, изменил первоначальную двухмерную структуру графического дизайна, так что концепция дизайна теперь может отображаться в трехмерном пространстве, более того, увеличилась интерактивность и скорость распространения информации.

Рассмотрим взаимосвязь между графическим дизайном и коммуникацией, а также то, как они эффективно взаимодействуют, и многомерно развиваются в условиях сегодняшней цифровой эпохи.

Россия и Китай являются крупнейшими соседями на мировой арене, более того обе страны имеют относительно богатые образовательные ресурсы. Укрепление образовательного обмена и сотрудничества между двумя странами является способом для обеих сторон повысить свой образовательный уровень. Кроме того, коммуникация и культурный обмен как важная часть внешнеполитической программы Китая являются важной силой, способствующей здоровому развитию

двусторонних и многосторонних отношений. Образование является ключевой сферой в том, что касается культурного обмена. Развитие российско-китайского сотрудничества в сфере образования имеет большое значение для повышения уровня культурного обмена между двумя странами, а также содействует развитию двусторонних отношений между двумя странами. В настоящее время обмен и сотрудничество между Россией и Китаем в сфере образования становятся все более тесными, формы и содержания становятся все более богаче, степень сотрудничества также углубляется. Постепенно реализуется институционализация и многоуровневость, отчетливо видна тенденция дальнейшего развития, но в то же время есть некоторые вопросы, касающиеся культурных различий, которые все еще требуют особого внимания. Данное исследование имеет очевидную практическую значимость и может помочь в устранении проблем в сфере российско-китайского образовательного обмена и сотрудничества.

Концепция проекта

Предлагаемый дипломный проект посвящен разработке концепции графического дизайна образовательной коммуникационной платформы. Эта тема не ограничивается одним способом общения на большинстве платформ, она будет использовать направляющую роль графики, чтобы люди быстрее получали полезную информацию и могли эффективно общаться. Образовательная коммуникация является важным направлением развития любой страны, позволяя различным группам людей напрямую устанавливать культурные связи и культурный обмен.

Актуальность

На собственном опыте я обнаружила, что в среде, где существует языковой барьер, общение между людьми очень ограничено. Учебная поездка и жизнь в России тоже усложнились. Начала думать о том, какую платформу нужно построить, чтобы все могли эффективно общаться, быстро извлекать информацию, полезную для вас в эпоху её стремительного распространения и помогать в учебе и жизни.

В Китае нельзя использовать иностранное программное обеспечение или веб-сайты из-за контроля безопасности интернета, например: VK, Telegram, Instagram, WhatsUp, Twitter, Youtube и т.д. нужен VPN, но VPN запрещены в Китае. Поэтому актуально создать образовательную коммуникационную платформу, чтобы люди могли лучше общаться.

Построение платформы образовательного способно выполнить ожидаемые функции, позволяя людям более организованно использовать свое время для просмотра эффективной информации и общения.

Цель

Разработать дизайн-графическое сопровождение образовательной коммуникационной платформы, необходимой для того, чтобы люди, говорящие на разных языках, могли общаться более эффективно.

Первоначальная цель этой платформы образовательного обмена состоит в том, чтобы позволить китайцам и русским эффективно и продуктивно получать информацию, а также понять реальную российскую учебную жизнь на платформе образовательного обмена.

Задачи исследования:

1. Изучение роли графического дизайна в коммуникации.
2. Исследование того, как визуальные символы могут передаваться более эффективно.
3. Анализ существующих тенденций в графическом дизайне.
4. Анализ существующего графического сопровождения в российских и китайских университетах.
5. Анализ отличия российской и китайской информационной графики
6. Изучение текущего состояния образовательных платформ.
7. Разработка графики для платформы образовательного обмена.

Состав проекта

Из Логотип , Цвет проекта, Шрифт, Графика проекта в качестве основной части.

Делится на онлайн-платформу и разговорный клуб.

онлайн-платформа:

Навигационная графика; Динамические плакаты; Графика знаков эмоций;

Анимационные ролики.

разговорный клуб:

Афиша мероприятий; Тематические плакаты; Открытки ; Сувениры.

Глава 1. Графический дизайн и коммуникация

1.1 Развитие графики и графического дизайна в коммуникациях смешанного формата

Коммуникационный графический дизайн предназначен для привлечения, вдохновения и мотивирования людей с целью оказания на них положительного влияния. Это влияние может отразиться на итоговую прибыль в ведении бизнеса, будь то создание нового бренда или улучшение продаж. Это также может повлиять на изменение на распространение необходимой для коммуникации информации. Процесс коммуникационного дизайна включает в себя стратегическое бизнес-планирование, использование маркетинговых исследований, креативность выполнения задач и решения проблем, а также технические навыки и знания, такие как теория цвета, создание макета страницы, типографика и создание визуальной иерархии. Коммуникационные дизайнеры передают необходимую информацию с помощью самых различных средств передачи информации. Их работа заключается не только в профессионализме их работы, но и в их способности стратегически мыслить применительно к сфере дизайна и маркетинга, так, чтобы завоевать доверие и повлиять на аудиторию.

Термин «коммуникативный дизайн» часто используется взаимозаменяемо с визуальной коммуникацией, но термин при этом имеет более широкое значение. Примеры коммуникационного дизайна включают информационную архитектуру, редактирование, типографику, иллюстрирование, веб-дизайн, создание анимации, создание рекламы, дизайн визуальной идентификации, исполнительское искусство, копирайтинг а также написание текста с применением различных технологий.

По мере того как стремительно развивается сфера новых цифровых медиа-технологий в распространении социальной информации, динамическая графика используется в качестве уникального метода распространения информации в названиях фильмов, каналов телепрограмм, в рекламном дизайне, дизайне интерфейса, динамическом отображении информации, логотипах, музыке. и т. д.

Широко используются клипы, динамические постеры, сценические фоны, интерактивные устройства и т.д. Динамическая графика может найти применение в том что касается методов и средств создания анимации, фильмов и телепрограмм с целью динамического вывода текста, графики, изображений, цветов и других графических элементов аудиовизуальным способом. Это очень важно для распространения информации, формирования итогового изображения.

Динамический графический дизайн представляет собой сочетание графического дизайна и кино- и телевизионного анимационного дизайна: как разновидность динамического дизайна, отличающегося от традиционных кино- и телевизионных анимационных произведений, ориентированных на повествование, динамический графический дизайн фокусируется на распространении информации и изображении. Основные принципы дизайна отражают характеристики графического дизайна с точки зрения композиции элементов и компоновки экрана [1]. С другой стороны, такая динамическая интерпретация графики отличается от традиционного статического графического дизайна. Динамический графический дизайн также относится к созданию киноанимации и телевизионной анимации, которые показывают изменения движения и контекстную коммуникацию.

Полнота динамической графики делает ее важнейшей характеристикой графического дизайна и создания кино- и телевизионной анимации с точки зрения дизайна и распространения информации. Получение информации может во многом улучшить эффект распространения информации, а также улучшить восприятие информации аудиторией.

В эпоху «традиционного» распространения информации распространение информации касательно графического дизайна было в большинстве своем однонаправленным, можно сказать, что не было эффективного взаимодействия. В нынешнюю новую эпоху этому способу коммуникации трудно получить большее пространство для реализации поставленных целей и задач. Хотя вкрапления текстовой информации и большого количества картинок могут дать намного более яркое представление информации для аудитории, пренебрежение свободой выбора аудитории сильно ограничивает эффект распространения информации о

дизайне. Графический дизайн в новую эпоху не только отображает концепцию дизайна через статические шаблоны, но и использует динамические визуальные средства, включая динамическую графику и видео, чтобы получить необходимое воздействие на аудиторию в конечном итоге. Например, некоторые виды дизайна включают в себя выразительные приемы из кинофильмов, предоставляя аудитории новый аудиовизуальный информационный опыт. Кроме того, широкое использование сетевых медиа делает распространение информации о графическом дизайне более равномерным. Скорость распространения информации в интернет СМИ очень высокая, а сам процесс распространения очень интерактивный. Некоторые сервисы, такие как QQ и WeChat, имеют очень мощные социальные функции. Через них как отправитель, так и получатель могут осуществлять двустороннюю интерактивную коммуникацию, что говорит о высокой степени интерактивности и эффективности распространения информации.

С развитием общества и культуры эстетические потребности людей будут неизбежно изменяться. Стратегия создания и продвижения имиджа бренда не должна оставаться фиксированной, а должна наоборот адаптироваться с течением времени. Также постоянно улучшаться должна коммуникационная стратегия бренда. Основная черта конкурентоспособности любого бренда зависит от внутренних исследований, постоянного улучшения качества продукции, продвижении хорошего имиджа компании, повышении ценности бренда и содействии его развитию в дальнейшем. В настоящее время появляется все больше стратегий медиакоммуникации, появляется большое количество новых медиа и новых видов рекламы, что делает более разнообразным выбор содержания креативной коммуникации имиджа бренда. С добавлением различных рекламных объявлений брендов к новым медиа-коммуникациям гомогенизация графической информации становится все более и более содержательной. Решение проблемы повторяющейся и излишней графики стало серьезной проблемой в отрасли, что также делает рекламную визуальную креативность все более и более значимой. Смешанный режим связи в основном делится на онлайн и офлайн. По

сравнению с режимом «одиночной» связи преимущество «смешанного» режима связи заключается в том, что такой режим позволяет в полной мере использовать все преимущества сети Интернет, и в то же время в полной мере использовать преимущества офлайн функционирования.

Прежде всего, онлайн режим позволяет эффективно использовать такие преимущества сети Интернет, как реклама и быстрое распространение информации. Рекламу можно быстро и эффективно продвигать по целевым группам через сеть Интернет. Распространение информации также может осуществляться быстро и эффективно через сеть Интернет. Кроме того, Интернет позволяет брендам напрямую обращаться к пользователю, что значительно упрощает прозрачность и доступность информации, предоставляемой пользователям.

Более того, метод работы в режиме онлайн также имеет определенные ограничения, и одновременная работа в автономном режиме может облегчить проблему. Поэтому очень важно объединить оба метода и выбрать самое лучшее что в них есть.

1.2 Значение графического дизайна в коммуникации

По мере стремительного развития общества, способы и средства распространения информации также претерпели быстрое развитие, особенно со вступлением человечества в век информации, быстрое развитие коммуникационных технологий уже нельзя игнорировать. Графика, будучи уникальным международным общим языком, стала одним из важнейших инструментов коммуникации в информационном обществе. Графика как средство выражения идей, информации и культуры, широко используются в коммерческом имидже. Полиграфический дизайн, рекламный дизайн, книжный переплёт,

мультимедийный дизайн и другие формы дизайна и изобразительного искусства играют огромную роль в распространении информации.

Суть графического дизайна состоит в том, чтобы позволить аудитории понять передаваемую им информацию, а также донести ее до аудитории быстро, по возможности как можно более точно и эффективно. Поэтому, на что следует обратить внимание при проектировании, так это на эффект распространения информации. Графика, информация и коммуникация очень тесно связаны между собой. Графика является носителем информации, а конечной целью графики является распространение информации. Кен Кету, бывший председатель Международного альянса графического дизайна (AGI), считает: «Большая часть информации, которую мы получаем и сохраняем, поступает через зрение, и именно визуальная коммуникация позволяет нам преодолеть международный языковой барьер и открыть мир...».

Многие компании во всем мире используют большое количество визуальных графических элементов для выражения концепции и индивидуальности своего продукта. Графика играет большую роль в распространении информации и построении имиджа компании и бренда. Американский мастер графического дизайна Херб Любанин, говоря о задачах, которые стоят перед графическим дизайнером, отметил: «Безусловная обязанность графических дизайнеров состоит в том, чтобы использовать изображения для демонстрации условности». Дизайнер использует закон формальной красоты для создания графики с уникальными индивидуальными и визуальными характеристиками. Графика имеет характеристики сочетания формы и значения. При определенных социальных и культурных условностях аудитория будет вынуждена полагаться на собственный визуальный опыт. Смысл в том, чтобы вызвать правильные ассоциации, произвести соответствующий визуальный психологический эффект, почувствовать основной смысл и его коннотации. По этой причине передача графической информации — это не односторонняя передача информации, а интерактивные отношения между дизайнером и получателем. Однако многие дизайнеры склонны игнорировать эту взаимосвязь и часто придерживаются того

мнения, что поставленные задачи решаются, пока есть передача графической информации. Это делает графический дизайн односторонней, внутренней коммуникацией, а эффективность передачи информации сильно уменьшается.

Если информация, оформленная дизайнером, не будет быть понята аудиторией, и люди не поймут до конца основной «посыл», то такая коммуникация теряет смысл. Конечной целью графического дизайна является эффективное распространение информации, а это напрямую зависит от дизайнеров, хотя есть и некоторые другие факторы. Эффективное распространение информации требует от дизайнеров не только ярко выраженного творческого мышления и умелых дизайнерских способностей, но также глубокого понимания психологии получателей информации (аудитории). Немаловажно при этом анализировать и улучшать интенсивность и широту распространения информации отталкиваясь от точки зрения аудитории.

Из этого следует, что важным основанием для оценивания успеха работы по графическому дизайну является то, оказала ли дизайнерская работа фактический эффект «передачи информации». Эта важнейшая общая цель состоит в том, чтобы вызвать у аудитории некоторое доверие к тому, что заявлено через дизайн. Графический дизайн — это процесс коммуникации. Когда дизайнер выражает информацию, которая должна быть передана через определенное визуальное или аудиовизуальное оформление, получатель будет видеть информацию, передаваемую через дизайн, но при этом особую роль будут играть различные субъективные факторы, такие как культурный фон, способность графического восприятия и эстетические предпочтения получателя. Таким образом, учет мнения аудитории о передаваемой информации, безусловно, является очень важной частью процесса создания графического дизайна. В процессе работы графические дизайнеры пытаются передать информацию через двумерное художественное выражение и убедить аудиторию сделать определенные действия, получить определенную информацию, или позволить аудитории получить определенное впечатление от просмотра и прочтения... (А.С. Tyler, 1996)

«Дизайнеры должны стараться избегать изменения практики проектирования с

работы, ориентированной на оказание услуг, на эстетическую самооценку и эстетическое самовыражение. (J. Frascara, 1997) Несмотря на важность эстетики, основные принципы эстетики в дизайне не были оценены каждым дизайнером на практике. Чрезмерное стремление к эстетическому содержанию в ущерб основной цели «распространения информации» является существенным недостатком, который не должен проявляться в дизайнерских работах. Суть заключается в том, что при проектировании нельзя уделять мало внимания гармонии эффективности и эстетичности.

1.3 Эффективная коммуникация визуальных символов

Будучи одной из наиболее интуитивных форм человеческого общения, визуальные символы обогащают коммуникацию между людьми.

Передача, обмен и распространение раннего человеческого опыта неотделимы от визуальных символов, которые сильно помогают передать информацию в процессе общения. Языковые символы в том виде, в котором они существуют в настоящее время, являются особым подвидом визуальных символов. Языковой символ на самом деле является символом визуальным. Визуальные символы неотделимы от жизни современного человека, они присутствуют так или иначе в таких сферах, как политика, экономика, образование, финансы и т.д. Визуальные символы используются по-разному. Визуальные символы - это очень простой, но при этом очень прямой способ передачи информации. В графическом дизайне дизайнеры способны эффективно направлять свою аудиторию и оказывать определенное влияние на мышление. Кроме того, визуальные символы могут быть разработаны таким образом, чтобы повысить эстетическую чувствительность получателя информации.

Рассмотрим связь визуальных символов применительно к графическому дизайну

a. Коммуникатор – это главное действующее лицо в визуальной коммуникации. Коммуникатор обычно использует следующие два средства для передачи информации: первое - это его собственное физиологическое выражение коммуникатора, включая его жесты, движения, язык и другие аспекты, а второе – это использование таких средств, как живопись и каллиграфия, музыка, кино и телевидение и так далее. В современном обществе коммуникатор это какие—либо дизайнерские компании или отдельные дизайнеры.

b. Получатель

Получатель информации, или реципиент. В то же время получатели также являются активными искателями информации и часто ищут обратной связи. Получатели информации получают соответствующую информацию по различным каналам и дают обратную связь. Коммуникатор получает эту обратную связь и корректирует свои проектные решения, которые в основном отражаются через визуальные символы.

c. Визуальная символическая информация

Информация, которую несут визуальные символы, является основным объектом в передаче информации для коммуникатора. Информация, которую несут в себе визуальные символы, может быть передана только с помощью визуальных символов, которые имеют содержание, трудно выразимое с помощью вербальных символов.

d. Средства коммуникации

Средство коммуникации относится непосредственно к каналу или платформе, через которую распространяются визуальные символы. В настоящее время существует большое разнообразие средств распространения информации, можно сказать, что набор средств уже не ограничивается чисто визуальными каналами. Кроме того, средство коммуникации имеет функцию «направления» общественного мнения, с помощью которого коммуникатор может повлиять на реципиента, чаще всего через рекламу, которая многократно транслируется, чтобы стимулировать желание потребителя купить что-либо. Основными

средствами коммуникации в графическом дизайне являются веб-сайты, видео, газеты, журналы, плакаты, визитные карточки, календари, листовки и т.д.

Перечислим наиболее эффективные стратегии коммуникации применительно к передаче визуальных символов в графическом дизайне:

- Принципы коммуникации

Передача визуальных символов в графическом дизайне осуществляется в соответствии с определенными принципами. В условиях стремительного прогресса предприятия все более нуждаются в эффективной рекламе и маркетинге. Руководители предприятий хотят с помощью рекламы создать хороший имидж предприятия, укрепить связь с потребителями с помощью хорошего графического дизайна и способа коммуникации, расширить рынок сбыта своей продукции, а также по возможности повлиять на поведение потребителей и потребительскую концепцию.

- Классические коммуникационные принципы выражения графических визуальных символов:

- Идея (Idea) ;
- Воздействие (Impact) ;
- Интерес (Interest) ;
- Информация (Information) ;
- Движущая сила (Impulsion) ;

Эти принципы касаются удовлетворения «информационного голода», стимулирования эмоциональной реакции и передачи необходимой информации таким образом, чтобы мотивировать людей реагировать в некоторых конкретных тематических ситуациях.

- Основы эффективной коммуникации

Это концепция, необходимая для продвижения продукта, напрямую связана с продвижением продукции и маркетингом. Концепция включает в себя шесть аспектов:

- выбор правильного коммуникатора (by right communicator);

-
- каналы распространения информации (through right channel);
 - подходящее время (in right time);
 - целевая аудитория (to right audience);
 - верный подбор информации (right information);
 - верно выбранная степень эффективности (with right effect).

Концепция в целом отражает стратегии и принципы маркетинга.

● Семь способов коммуникации:

Семь вариантов того, как можно установить коммуникацию:

- Правдивость (Credibility);
- Контекст (Context);
- Содержание (Content);
- Ясность (Clarity);
- Каналы передачи информации (Channels);
- Непрерывность и последовательность (Continuity and consistency)
- Потенциальные возможности аудитории (Capability of audience)

Персонализированное обслуживание, отражающее современный маркетинг, требует, чтобы дизайн графических символов был создан с учетом индивидуальных потребностей потребителя.

Рассмотрим модель распространения информации:

а. Метод коммуникации в линейном режиме

Метод предполагает, что согласованность информации отражается в линейном способе коммуникации. В данном конкретном случае большое внимание уделяется точности в передаче информации.

Линейный, «прямой» способ передачи информации представляет собой линейный способ коммуникации. Этот способ не отражает двусторонний характер и взаимодействие через обмен информацией и не дает получателю возможности для обратной связи. Вместе с тем, этот режим успешно справляется с задачей недопущения несвязанной и ненужной информации и гарантирует высокую точность передачи информации.

в. Режим кругового взаимодействия в процессе коммуникации

В настоящее время круговой способ взаимодействия используется в графическом дизайне в Китае, в основном как способ передачи визуальных символов. Режим кругового взаимодействия в коммуникационном процессе предполагает, что получатели имеют более подходящий способ обратной связи с информацией. Важнейшим звеном этого режима является средство коммуникации графического дизайна, которое отражает равенство в «коммуникативных правах» между коммуникатором и реципиентом, удовлетворяет требованиям персонализированного обслуживания в современной рекламе и имеет возможность значительно повысить уровень качества услуг, предоставляемых предприятиями.

На сегодняшний день важнейшим компонентом визуальной коммуникации является построение «лицевых» визуальных символов, т.е. основанных на мимике человека. Традиционная концепция использования визуальных символов уже устарела в связи с бурным развитием мировой экономики.

1.4 Многомерный тренд графического дизайна

● Цифровые технологии

Благодаря постоянному развитию компьютерных технологий, современных информационных технологий и их модернизации, технологии использования фото и изображений открывает большие возможности в графическом дизайне и расширяет само визуальное выражение графического дизайна. Технологии фотографии сыграли ключевую роль в графическом дизайне с момента его зарождения, пройдя путь от нарисованной вручную графики до современных фотоизображений. Графический дизайн предоставил еще больший спектр возможностей для оформления графических материалов. Например, дизайнер Кохэй Сугиура разработал обложки для большого количества категорий книг. На этом примере отчетливо видно, что технология фотографии оказывает влияние на

выразительность графической графики. Технологии наиболее полно обеспечивают графический дизайн разнообразными графическими материалами, что делает визуальный опыт читателя более интересным и запоминающимся.

Компьютерные технологии способствовали разнообразию использования символов в графическом дизайне. Разработка текстовых символов имеет долгую историю. Как носитель информации, он выполняет функцию уточнения передачи информации в графическом дизайне и делает передачу информации более конкретной. Использование компьютерных технологий и программного обеспечения в сфере дизайна обеспечивает различные методы выражения текста. Например, шрифты, созданные с помощью современных программ Adobe Photoshop и Adobe Illustrator, не только обладают различными художественными эффектами, но и обеспечивают довольно обширное разнообразие видов и подвидов.

Прогресс современных технологии в сфере фотографии и сфере технологий печати улучшил цветопередачу в графическом дизайне. Технология фотографии дала возможность истинной передачи цвета, а развитие современных технологий печати предоставило возможность реализовать тонкую настройку цветопередачи. Соединив лучшее из вышперечисленного, технологии цветопередачи в графическом дизайне стали более детальными и реалистичными и теперь могут оказывать намного более сильное визуальное воздействие на целевую аудиторию.

- Многомерный дизайн

Стремительное развитие графического дизайна постепенно расширило графический дизайн от традиционно используемого двухмерного пространства до трехмерного и четырехмерного пространств. Графический дизайн больше не остается только лишь в двухмерной плоскости, но выходит на качественно новый уровень. Работа дизайнера больше не ограничивается только лишь «внутренней» выразительностью. Работа дизайнера заключается в том, чтобы как можно более успешно передать суть. Когда работа графического дизайнера выполняется посредством трехмерной графики, окружающая среда начинает играть очень важную роль в передаче информации. Выражение информации предельное

цельно и точно даст получателю более глубокое понимание, и в то же время окажет нужный эмоциональный эффект.

- **Взаимодействие в графическом дизайне**

Сегодня пространство выражения все больше переходит от двухмерной графики к многомерной графике. Широкое применение новых технологий привнесло в графический дизайн более широкую творческую перспективу и в то же время помогло дизайнерам в большей степени реализовать свои творческие способности, на основе которых реализуется динамическая форма изображения. В прошлом в СМИ получатели информации были только односторонней аудиторией, не участвовали в дизайне и не взаимодействовали с коммуникатором. Теперь же, дизайнеры проектируют такие платформы, чтобы получатель мог бы их использовать сам, а также играть определенную роль в изменении содержания.

Многомерность графического дизайна не только «мобилизует» людей для участия, но и стимулирует «переход» из пассивного участника в активного участника. От начала и до конечного результата, аудитория принимает непосредственное участие, делая определенную часть дизайнерской работы. Интерактивная функция является наиболее заметной особенностью многомерного развития графического дизайна. Основной отправной точкой его создания является установление новых отношений с аудиторией. Целостность произведения отражается в восприятии зрителем и переживании всего процесса передачи информации. Без участия зрителя тема произведения не может быть выражена. В сочетании с применением различных новых технологий визуальное информационное выражение дизайнерских работ становится более и более привлекательным. Суть графического дизайна заключается в том, чтобы передать тему дизайна через язык дизайна, а затем напрямую взаимодействовать с аудиторией.

Графический дизайн — это визуальное искусство, которое отличается от других искусств тем, что превращает видимый контент в средство общения и распространения информации. Любой визуальный информационный символ имеет соответствующее внутреннее содержание и внешнюю форму, причем

формы визуально-информационных символов различны. Визуальное выражение графического дизайна всегда было неотделимо от новых технологий. Концепция интерактивного дизайна во многом изменила язык выражения традиционного двумерного пространства. Многие интерактивные дизайнерские работы выполняются с помощью новых технологий и интерактивности. Зрительная информация стала развиваться в более глубоком и разнообразном направлении. Информационное выражение графического дизайна также стало постепенно отрываться от традиционного, двумерного визуального представления и развиваться более разнообразно. Сфера дизайнерского мышления современных дизайнеров также становится все шире и шире.

Расширение визуального выражения с помощью цифровых технологий

В настоящее время цифровые технологии и программное обеспечение для дизайна вместе составляют немаловажную часть в развитии графического дизайна, поддерживая постоянное расширение визуального выражения графического дизайна. Стоит сказать, что дополнение к широко используемому сегодня программному обеспечению для дизайна, такому как Photoshop, Indesign, Illustrator, технология 3D-печати также относится к категории цифровых технологий. По мере того как применение интернет-технологий становится все более и более распространенным, представление цифровых технологий на мобильных устройствах является относительно новым и популярным среди молодых дизайнеров, таких как: Typecast (коллекция шрифтов), Adobe Color (палитра цветов), Adobe Ideas (векторное рисование), Ps Play и т.д., они просты в эксплуатации и повышают эффективность работы. Например, использование инструмента «перо» в программном обеспечении ИИ для создания символов является первым выбором многих дизайнеров шрифтов для создания базовых символов, а это означает, что метод обучения дизайну шрифтов полностью перешел от традиционного рисования от руки к рисованию с помощью программного обеспечения. Новые шрифты, разработанные с помощью такого программного обеспечения для векторного дизайна, обеспечивают надежные условия для будущих улучшений и применения. Другим примером является

конкурс фотографий мобильных телефонов, который каждый год привлекает внимание людей. От фотосъемки до показа художественных эффектов разных стилей, он неотделим от поддержки цифровых технологий. Даже не имея профессиональной камеры вы также можете снимать шокирующие фотографии с визуальным эффектом. Цифровые технологии открыли для нас новое творческое пространство. С продвинутыми «острыми инструментами» нет ничего невозможного, но дизайнеры могут творить легче, а создаваемые ими работы более авангардны, уникальны и хватательное человеческое глазное яблоко.

Поэтому, пока дизайнеры рационально относятся к цифровым технологиям и разумно используют цифровые технологии в сочетании с уникальным творчеством, они могут создать новый визуальный язык и показать новое визуальное выражение.

- Многомерный подход к проектированию

Тенденция многомерного развития графического дизайна охватывает не только двухмерные, трехмерные и четырехмерные виды компьютерной графики, но, что более важно, она также включает в себя концепцию многомерного расширения дизайнерских идей и дизайнерских концепций. Когда интернет-технологии цифровых медиа только начинали широко использоваться, появился и стал популярным стиль вексельного графического дизайна в области графического дизайна, такой как, например, пиксельные изображения и пиксельный текст. Эта новая форма демонстрирует беспрецедентную динамику и постепенно превратилась в уникальный язык дизайна в области графического дизайна. В настоящее время все больше используется технология сканирования QR-кода, можно сказать, что это стало незаменимым новым явлением в повседневной жизни людей. Внешне самые ранние двухмерные коды были в основном черно-белым, в основном составленным из черно-белых геометрических фигур, не только внешне одинаковых, но и однообразных. На самом деле двумерные коды - это не просто интерактивная среда. Имеет функцию передачи информации и создания имиджа бренда, поэтому большинство современных дизайнов QR-кодов включают художественные элементы с более

креативной графикой, более насыщенными цветами и все более красивыми визуальными эффектами. Другим примером является интересный интерактивный веб-сайт «ionz», который взаимодействует с пользователями сети, помогая им отвечать на вопросы о жизни и «» их интерес к непосредственному участию. Таким образом, на сегодняшний день многомерная тенденция развития графического дизайна приобрела язык, выходящий за рамки двухмерного, динамического и многомерного выражения графического дизайна, поэтому все большее количество работ с использованием графического дизайна также являются динамичными и многомерными.

- Форма дизайна трансформируется в динамичную

Графический дизайн в соответствии с тенденцией многомерного развития добавляет новые динамические формы и новые возможности на основе традиционной статики. Эта новая форма и новые функции приносят аудитории новые визуальные стимулы и новые ощущения и больше подходят для распространения новых технологий и новых медиа. Поскольку традиционная статическая графическая форма легко вызывает визуальную эстетическую усталость, по сравнению с традиционной статической графической формой, динамическая графическая форма, очевидно, больше соответствует визуальному восприятию аудитории. Люди обращают внимание не только на качество жизни, но и уделять больше внимания разнообразию жизни, люди всегда ищут новые графические формы, которые больше соответствуют ритму жизни людей. Таким образом, язык графического дизайна уже включает в себя элементы динамического времени, которые не только наделяют его большим содержанием, но и позволяют аудитории участвовать и взаимодействовать. Эта новая черта открытости и пространственности отражает новое веяние в развитии графического дизайна.

Благодаря непрерывной интеграции новых технологий и графического дизайна, тип изображения постепенно трансформируется из статического дизайна в динамический. Динамический дизайн может не только дать людям ощущение свежести в видении, но и стать более заметным и полным в передаче информации.

Интерактивный и интересный опыт, принесенный новыми медиа, особенно графический дизайн, который включает в себя интерактивный процесс и направляет аудиторию к активному участию в нем, расширил временную и пространственную широту графического дизайна. Коммуникация и взаимодействие теперь находятся в центре внимания современной графики.

По сравнению со статическими изображениями наиболее заметной особенностью динамических изображений является «от статического к динамическому». Как мы все знаем, движущиеся объекты в большей степени привлекают внимание и интерес наблюдателей, чем статичные объекты. В наше время графика не только красочная, но и меняющаяся от статичности к динамичности. Более того, для графики все более характерно добавление звуковых элементов. Хотя статические изображения также могут производить сильное визуальное воздействие за счет контраста цветов и построения композиции, динамические изображения изменяют не только смещение графических элементов, но и изменения цвета, формы, света, скорости и даже звука. Таким образом, производимый «движущийся» визуальный эффект просто несравним со статическими изображениями. Изображение движется с разной скоростью, заданной дизайнером, а значит, в изображении есть «временное продолжение» есть связь со временем и пространством. Визуальные элементы имеют «жизненную силу». Это изменение скорости изображения делает изображение мгновенно наполненным жизненной силой и может интерпретировать визуальные эффекты, которые не могут быть интерпретированы статическими изображениями.

Моушн-графический дизайн — это новое веяние в дизайне, созданное в результате совместной разработки новых технологий и новых потребностей людей и являющаяся важной частью современного дизайна визуальной коммуникации. С непрерывным развитием новых технологий, особенно с развитием технологий мобильных устройств, динамический дизайн изображения быстро развился. Благодаря своим выдающимся визуальным преимуществам он сразу же стал применяться для обработки видео. К примеру, динамический дизайн

логотипа стимулирует чувства людей с помощью изображения движущихся объектов, а некоторые динамические логотипы также могут взаимодействовать с людьми, что вызвано тем, что люди воздействуют на него, чтобы заставить его двигаться.

Что интереснее, с ускорением темпов современной жизни процесс прочтения также должен быть для получателя быстрым и интересным. Электронные публикации быстро и понятно представляют перед читателями динамические визуальные элементы, такие как анимация. Электронные книги также во многом содержат элементы интерактивности. Читатели могут сами выбирать информацию и знания, которые они хотят прочитать. Различные динамические интерфейсы и режимы отображения делают выбор читателей намного большим. «Дружелюбный» интерфейс делает процесс чтения более легким и интересным.

- Анализ реакции дизайнерского приложения на многомерную тенденцию в графическом дизайне

В условиях постоянных изменений и новых технологий, а также новых медиа технологий, можно говорить о быстрой трансформации сегодняшнего социального развития в сторону цифровизации. В новую эпоху сетевой цифровой цивилизации, представленной интернет-технологиями, социальное развитие требует появления постоянно развивающихся инновационных дизайнерских концепций. Как мы все знаем, дизайн, как и искусство, берет свое начало из жизни. Как упоминалось ранее, новый образ жизни оказал положительное влияние на многомерную тенденцию развития графического дизайна. Люди ожидают, что он будет процветать и беспрецедентно развиваться в новых технологиях. В нынешней ситуации дизайн может представить более новое и позитивное развитие для удовлетворения материальных и духовных потребностей различных сфер общества, поэтому, естественно, он также выдвигает более высокие требования к качеству для графических дизайнеров.

Иными словами, дизайнеры – это высококвалифицированные кадры с большим набором знаний, творческим мышлением и потенциалом для междисциплинарного развития. В будущем графический дизайнер будет играть

роль в определенном смысле «главного режиссера» при выполнении дизайнерских работ, выборе элементов и окружающего пространства и т. д., где требуются навыки уметь остро воспринимать и мобилизовать все благоприятные визуальные элементы, а также выбирать соответствующее сопровождение для создания новых художественных форм. Работа дизайнера уже не проводится на основе только лишь того, что дизайнер хорошо знаком с различными инструментами, а проводится на основе перцептивного выражения и творческого лидерства, где дизайнер будет проводить общее планирование макро-перспективы, а также отдавать указания помощникам по работе и решать, кто будет выполнять какие-либо конкретные операции.

В настоящее время, можно смело утверждать, что люди живут в эпоху новых медиакоммуникаций, типичным примером которых являются цифровые технологии. Количество, скорость и даже способ распространения информации в новых медиа за последние годы претерпели огромные изменения. Новые медиа создали новую концепцию познания мира, а также привели к трансформации концепции потребления людей из концепции материального потребления в концепцию духовного потребления. Инновации визуальных технологий и коммуникативные характеристики в новых медиа являются основными факторами, способствующими многообразию размерная в тенденциях развития графического дизайна. Одна из причин этого явления заключается в том, что визуальные элементы являются самым непосредственным фактором человеческого восприятия. По этой причине графические дизайнеры также должны проводить углубленное мышление и исследования визуального языка в новых видах медиа-коммуникаций. Поскольку графический дизайн в будущем скорее всего увидит еще более кардинальные изменения, как например, можно предвидеть, что произойдут революционные изменения в способе создания рекламного дизайна и технологий передачи информации, что приведет к изменениям в отношениях между потребителями и компаниями. Очевидно, что все эти изменения также усложнят задачу графическим дизайнерам.

Дизайнерские работы, включающие новые медиа, на самом деле представляют собой практически идеальное сочетание искусства и технологий. Поэтому первое, что нужно понять дизайнерам, — это то, как именно можно адаптироваться к реалиям новых технологий и искусств, чтобы они могли в дальнейшем учитывать практичность и эстетику дизайна конечной продукции. Кроме того, дизайнеры должны хорошо разбираться в потребительском рынке, потребительских группах и потребительской психологии, чтобы добиться точного позиционирования дизайна бренда и добиться того, чтобы дизайнерские работы имели возможность завоевать доверие корпоративных клиентов. Если взять в качестве примера рекламный дизайн, поскольку все больше и больше людей все больше и больше полагаются на электронные продукты, носитель и форма рекламы постепенно расширились от традиционного радио, телевидения и компьютеров до других мобильных электронных продуктов, входя в рекламную индустрию. Такое решение в дизайне как совместимости с несколькими экранами, предъявляют более высокие требования к технологии, содержанию, интерактивности, развлечениям, гибкости и другим аспектам рекламного дизайна, поэтому многомерная тенденция развития графического дизайна будет основной тенденцией развития графического дизайна в будущем. Существует тенденция, в соответствии с которой группа графических дизайнеров в будущем должна быть группой первопроходцев с высокой чувствительностью, передовой идеологией и особым видением моды. Сочетая новейшие технологические и культурные достижения, стремясь мобилизовать различные интересы со стороны аудитории, дизайнеры будут и впредь создавать более интересные, интерактивные и перспективные работы в том числе и в области графического дизайна.

Выводы

Подводя итог, можно сказать, что значение графического творчества в графическом дизайне заключается в постоянной поддержке развития графического дизайна, а также прогресса человеческого существования и социального развития что подтверждается исследованиями, а также находит подтверждение в различных смежных сферах. Графическое творчество в его различных визуальных формах применяется к разнообразному графическому дизайну посредством точного исследования графического творчества, чтобы подчеркнуть мгновенное распознавание графического дизайна, создать встроенную ценность графического дизайна, представить различные национальные особенности и подчеркнуть роль коммерциализации.

Из этого можно сделать вывод, что чем быстрее развивается общество, тем шире используется значение графической инновации в графическом дизайне. Графическая изобретательность, по нашему мнению, является важным аспектом в определении эволюции особенностей графического дизайна, независимо от того, как меняется графический дизайн. В сегодняшнюю "эпоху чтения картинок" графический дизайн должен максимально эффективно использовать визуальные особенности графического творчества для создания визуальных выражений, которые соответствуют непосредственной цели дизайна. Стоит сказать, что такие явления как гуманизация, национализация и традиционное искусство постепенно распространяются на местную и международную платформу обмена графическим дизайном, поэтому немаловажным представляется сделать визуальные творческие графические работы с китайскими дизайнерскими особенностями доступными в глобальном масштабе, а также создать особую «культуру визуального искусства» с китайскими национальными чертами.

Вещи имеют ценность только тогда, когда они удовлетворяют какую-либо потребность. Таким образом, только графическое творчество может полностью использовать творения природы для создания новой, простой и оригинальной графики в современном обществе, которые может создать графический дизайн. Однако наибольшая ценность графического творчества все же заключается в

практических функциях, которыми оно обладает, и отправной точкой которых является удовлетворение жизненных, духовных и эстетических потребностей человека.

"Эпоха чтения картинок" унаследовала функцию текстовой и языковой коммуникации и заполнила пробел, оставленный их использованием на практике. Графический дизайн таким образом только обогатился, и с помощью отдельного визуального языка, изменяет визуальную ориентацию человека и имеет незаменимое значение как в современности, так и в будущем.

Все используемые в настоящее время способы выражения человеческих чувств очень сильно зависят от визуальных, слуховых, тактильных и других физических ощущений. Важнейшим компонентом визуальной коммуникации является дизайн визуальных символов. Использование традиционных языковых символов все больше ставится под сомнение, и люди общаются в основном посредством визуального отображения своих представлений.

Визуальные символы в графическом дизайне наиболее полно удовлетворяют потребности целевой аудитории. В нашей работе мы предлагаем комплексное исследование дизайна визуальных символов через призму китайского графического дизайна. В нашей работе мы исследуем дизайн визуальных символов в китайском графическом дизайне, а также коммуникацию посредством визуальных символов в графическом дизайне, посредством анализа коммуникации визуальных символов в графическом дизайне.

Глава 2. Развитие российско-китайского образовательного обмена и сотрудничества

2.1. Российско-китайский образовательный обмен и сотрудничество

Образовательное сотрудничество России и Китая имеет давнюю историю. Международный обмен и сотрудничество в сфере образования являются важной частью интернационализации образования, которая в основном включает обмен учащимися, международное совместное управление школами, международные совместные исследования и международные научные конференции и т.д. С развитием экономической глобализации все страны мира становятся все более взаимосвязанным в различных аспектах, что способствует трансграничному потоку капитала, товаров и человеческих ресурсов, а также ускоряет обмен культурой, технологиями и образованием. Образовательное сотрудничество между Россией и Китаем является важной частью китайско-зарубежных образовательных обменов и сотрудничества. Поскольку сотрудничество между двумя странами в области высшего образования намного шире, чем сотрудничество в области дошкольного образования и базового образования, оно занимает сравнительно более важное место.

Будь то в исторической перспективе или же в настоящее время, двусторонние добрососедские отношения между Китаем и Россией занимают очень важное место в политике двух стран. В советский период китайское правительство не раз направляло в Советский Союз своих студентов для изучения передовой науки, технологий, получения практических и теоретических знаний. Советский Союз в свою очередь также отправлял в Китай большое количество экспертов и ученых для поддержания социалистического строительства в Китае. Все они сыграли жизненно важную роль в строительстве и развитии Китая в тот период времени. Советский Союз также принес в Китай отличную от китайской культуру и искусство, что оказало чрезвычайно глубокое влияние на изобразительное искусство, стиль плакатной живописи, дизайн плаката и дизайн в целом. Это было огромным культурным и художественным богатством для Китая того времени.

После распада Советского Союза отношения между двумя странами постепенно нормализовались, и теперь две страны перешли во всеобъемлющее стратегическое сотрудничество. С продвижением процесса реформ и открытости в КНР сотрудничество между двумя странами в области образования также получило стремительное развитие, совместно управляются школы и осуществляется обмен студентами. Реализуются и другие проекты. Можно видеть, что сотрудничество в области образования является важной частью отношений между Китаем и Россией. Такое сотрудничество может способствовать культурному обмену между двумя странами, возвращать высококвалифицированных специалистов, понимающих культуру и традиции двух стран, что будет только лишь способствовать укреплению взаимопонимания между двумя народами и устранению различных барьеров. Укрепление национальной дружбы заложит прочную основу для дальнейшего развития двусторонних отношений.

Сегодня сотрудничество между двумя странами в области политики, экономики и вооруженных сил становится все более тесным, а для реализации стратегической концепции «Один пояс, один путь» требуется приложить еще больших усилий. Кроме того, сотрудничество в сфере образования между Россией и Китаем также тесно связано с жизнью как студентов, так и преподавателей. Существующие проблемы в реализации проектов межгосударственного сотрудничества неизбежно нанесут ущерб интересам преподавателей и студентов, поэтому исследования российско-китайского сотрудничества и обмена в сфере образования имеют большое практическое значение.

Согласно данным Российского бюро образования и научного надзора, Китай направил в российские университеты 24 226 иностранных студентов в 2019 году, что на 23,6% больше, чем в 2018 году, что делает его крупнейшим источником иностранных студентов в России. Кроме того, в настоящее время стороны обмениваются 60 тысячами международных студентов.

По распределению школ российские студенты учатся в 282 вузах России. С точки зрения количества студентов в различных колледжах и университетах это также относительно концентрированное государство. В 18 колледжах и университетах обучается более 100 китайских студентов, в общей сложности 8 738 человек, что составляет треть от общего числа.

С точки зрения географического распределения студенты, обучающиеся в России, находятся по всей России, но они относительно сконцентрированы. 66 из 85 субъектов Российской Федерации имеют китайских студентов, но большинство из них сконцентрировано в крупных городах, таких как Москва и Россия. Санкт-Петербург и Дальний Восток примыкают к Китаю. (таблица 1).

В июне 2019 года главы государств России и Китая подписали «Совместное заявление о развитии отношений всестороннего стратегического партнерства между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой в новую эпоху». Так, уровень взаимодействия и сотрудничества между двумя странами продолжал повышаться. Являясь важной частью российско-китайского двустороннего и многостороннего сотрудничества, российско-китайское сотрудничество в сфере образования открыло новые возможности для дальнейшего развития.

2.2. Языковой барьер

В качестве основы, базиса для образовательных обменов и сотрудничества между двумя странами мы рассматриваем язык. Язык играет важнейшую, первостепенную роль в обмене и сотрудничестве между двумя странами. Уровень владения русским (китайским) языком в России и Китае важен не только для собственно профессионального обучения, но также очень важен для беспрепятственного развития образовательных обменов и сотрудничества между двумя странами. Это особенно важно для учащихся, изучающих язык для дальнейшего профессионального применения, так как уровень русского (китайского) языка часто напрямую влияет на эффективность и обучения, и дальнейшего трудоустройства. Многие китайские и российские студенты

считают, что ключом к ограничению их профессионального уровня является не что иное как незнание иностранного языка. В первом приближении мы можем попытаться выяснить причины, ограничивающие эффективное использование русского (китайского) языка студентами двух стран с разных сторон, чтобы предоставить ориентиры для более эффективного осуществления образовательных обменов и сотрудничества.

В 2014 году, во время интервью, заместитель директора по научной работе Центра социологических исследований Министерства науки и высшего образования России Александр Арефьев (ФГАНУ «Социоцентр») особенно подчеркивал наличие языкового барьера у китайских студентов, обучающихся в России. Он заявил также, что, по мнению многих преподавателей российских вузов, основная трудность, с которой сталкиваются китайские студенты, обучающиеся в России, — это первый этап изучения языка. Он отметил, что не все китайские студенты могут в полной мере овладеть русским языком уже на первом курсе подготовительных занятий, и что иногда им приходится продолжать повышать уровень владения русским языком на втором году профессионального обучения в рамках обучения на профессиональных курсах.

¹ Можно отчетливо видеть, что языковой барьер стал одним из основных факторов, сдерживающих студентов из Китая от прохождения обучения в России.

Язык играет немаловажную роль в образовательных обменах и сотрудничестве.

Языковые барьеры оказывают сильное влияние на жизнь и обучение изучающих русский язык, а также на общение и обмены между людьми. В-первых, проблема языкового барьера серьезно сказывается не только на повседневной жизни иностранных студентов, но и на учебном процессе, что в свою очередь снижает эффективность обучения. По мнению большинства преподавателей российских вузов, после поступления китайских студентов на

¹ «В 2015 году в России будет учиться еще больше китайских студентов», Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: <https://www.5top100.ru/news/12982/>

различные факультеты профессионального обучения их низкий уровень владения русским языком и низкая мотивация приводят к тому, что большое количество обучающихся плохо умеют читать и понимать научную литературу на русском языке, что затрудняет преподавание в целом. Во-вторых, уровень владения русским языком также может препятствовать общению между китайскими и русскоговорящими обучающимися, что затрудняет их интеграцию в учебную жизнь и негативно сказывается на учебном процессе.

После того как китайские студенты, обучающиеся в России, поступают на профессиональное обучение, из-за их ограниченного владения русским языком и непонимания реалий другой страны, они обычно не проявляют инициативы, чтобы интегрироваться в новые условия, и таких обучающихся большинство. Можно сказать, что это уже стало очень распространенным явлением.²

Кроме того, знание русского языка также является одним из важнейших факторов, влияющих на выбор специальности для китайских иностранных студентов. Из-за высокой сложности изучения русского языка и короткого времени обучения языковые способности многих учащихся не достигают требуемого уровня языковой подготовки. Поэтому, когда учащиеся выбирают специальность, они, как правило, предпочитают специальности с более низкими коэффициентами профессиональной сложности, такие как языки, экономика и другие гуманитарные науки, специальности социальных наук или специальности изобразительного искусства, музыки и искусства, и редко выбирают более сложные специальности, такие как например инженерные специальности. Помимо иностранных студентов, с этой проблемой сталкиваются также российские учащиеся в китайских вузах. С точки зрения Китая, с начала нового века, особенно после начала реализации инициативы «Один пояс, один путь», развитие российских специальностей в Китае значительно ускорилось, и все большее количество людей изучают русский язык. Однако на рынке труда по-прежнему ощущается нехватка квалифицированных специалистов с высоким уровнем знания русского языка.

² Арефьев А.Л., Любская.К.А. Российские студенты в Китае//Демоскол Weekly. 2017. 7015-716. С.17.

Многие студенты не могут хорошо говорить на русском языке даже после окончания обучения на уровне бакалавриата.

● Причины языкового барьера

Россия и Китай очень различаются во многих аспектах. Изучающим русский язык в Китае очень сложно понять все особенности языка и культуры, не говоря о том что нужно в достаточной степени овладеть всеми аспектами языка. Русский язык относится к славянской ветви индоевропейской языковой семьи, а китайский язык относится к сино-тибетский языковой семье. Между двумя языковыми семьями существует очень большой разрыв. Более того русский язык является флективным. Флективный язык - это язык, который использует флексии как основное средство выражения грамматических отношений и характеризуется использованием флексий (окончаний слов) для выражения отношений между словами. Русский язык богат словоизменениями, и одно слово может иметь множество грамматических форм, выражающих разные грамматические значения. Современный китайский язык — это изолирующий язык. Китайский язык относится к аналитическим языкам. Характерными чертами изолированного (изолирующего) языка являются такие явления, как минимум морфологических изменений и дополнительных морфем, малое количество сложнопроизводных слов, отсутствие выражения грамматических форм. При этом отношения между словами выражаются порядком слов и служебными словами. Таким образом, языки очень различаются по своим языковым особенностям. Русский и китайский языки – это языки с высокими коэффициентами трудности изучения, и различия между этими двумя языками достаточно велики, что создает большие сложности для китайских и российских учащихся. С одной стороны, это вызывает у студентов, ранее не изучавших русский или китайский язык, сильный страх перед трудностями, что в определенной степени влияет на уверенность студентов двух стран в овладении русским (китайским) языком. С другой стороны, для иностранных студентов сложность изучения языка не только влияет на их уверенность в обучении в другой стране, но также заставит их беспокоиться о

последствиях обучения за границей. На самом деле, у некоторых студентов, которые едут учиться в Россию или Китай, особенно не владеющих русским (китайским) языком, после краткосрочной языковой подготовки уровень владения русским языком еще сильно отстает для последующего профессионального обучения, чего не вполне достаточно.

Согласно опросу, проведенному Министерством высшего образования и науки Российской Федерации среди китайских студентов, обучающихся в России, только 26,9% студентов, обучающихся в России, изучали русский язык на языковых курсах до отъезда в Россию. Среди опрошенных, 4,2% респондентов изучали русский язык в средней школе, 1,9% респондентов изучали русский язык в других местах, и только 1,9% учащихся учили русский язык с детства.³

Языковой порог поступления для иностранных студентов довольно низкий, для русских и китайских иностранных студентов требования к уровню владения русским (китайским) языком в другой стране невысокие. Хотя это может в определенной степени расширить масштабы обмена иностранными студентами из двух стран, это также в определенной степени приводит к медленному улучшению уровня владения языком студентов после их зачисления. Студенты из Китая могут подать заявку на обучение в России с нулевым знанием русского языка, и университеты в России очень часто принимают таких учащихся. Это приводит к тому, что большое количество китайских студентов, которые намереваются учиться за границей, подают документы в российские вузы, не зная при этом русский язык. Для студентов с нулевым уровнем овладения русским языком после приезда в Россию необходимо обучение на подготовительных курсах, которые существуют при вузах в России. Основой учебной программы на курсах является изучение русского языка, а срок обучения обычно составляет один год. Сложность выпускного экзамена относительно невысокая. По сравнению с российскими

³ Арефьев А.Л. Тенденции в обучении граждан КНР в российских вузах. М.: Центр социального прогнозирования, 2006. С.26.

вузами, требования, которые предъявляются российским студентам, обучающихся в Китае, значительно выше. Студенты, которые будут обучаться в Китае, должны сдать международный экзамен на знание китайского языка (HSK) и получить сертификат владения китайским языком.⁴

● **Проблемы идентичности в межкультурной коммуникации**

Процесс изучения языка также является процессом построения индивидуальной идентичности, который тесно связан с процессом индивидуальной социализации. Это так, потому что сам по себе язык — это не просто грамматическая система, состоящая из символов, это еще и сложная социальная практика. Ценностно-смысловые методы построения индивидов определяют ценностно-смысловые системы, выражаемые и содержащиеся в их речи. Таким образом, изучающие язык не только изучают языковую систему, но и изучают различные социальные и культурные особенности. Социальные и культурные факторы играют таким образом очень важную роль в процессе изучения языка. Язык и культура образуют основные условия межличностного общения. Межкультурная коммуникация возникает, когда люди из разных культур и говорящие на разных языках встречаются, общаются и взаимодействуют. Межкультурная коммуникация побуждает обе стороны пересматривать свои первоначальные культурные смысловые системы и нормы поведения, учиться друг у друга и влиять друг на друга в процессе взаимодействия, что приводит к реконструкции самооценки и культурной идентичности. Этот процесс реконструкции различается в зависимости от глубины и широты индивидуального кросс-культурного опыта, это динамичный и сложный процесс, который постоянно изменяется вместе с увеличением культурного опыта. Для изучающих русский язык в России также как и для изучающих китайский в Китае, приобретаемый ими культурный опыт намного более глубже и шире.

⁴ Положение о зачислении иностранных студентов с «Сертификатом о знании китайского языка», Министерство образования Китайской Народной Республики, 26 декабря 1995 г.
http://www.moe.gov.cn/srcsite/A02/s5911/moe_621/199512/t19951226_81899.html(\$|AIL|10]:202142A19E)

«Я-Концепции» в основном делятся на две категории: «реальное Я (the real self)» и «идеальное Я (the ideal self)». Чем больше разрыв между ними, тем выше уровень тревожности человека, что влияет на использование человеком иностранных языков и развитие межкультурной социальной коммуникации.⁵ Люди имеют разную степень самосознания. Многие китайские и русские студенты уверены в своих языковых или коммуникативных навыках из-за своей неспособности адаптироваться к новой среде. В родной стране у них будет чувство неполноценности в чужом обществе, что повлияет на их желание изучать другую культуру и язык. Знание может заставить их избегать разговоров и взаимодействия с местными жителями, поэтому многие иностранные студенты редко общаются с людьми в стране, где они учатся. При этом для обучающихся в других странах (китайских студентов, обучающихся в России) это не способствует изучению ими русского языка и получению профессиональных навыков.

Идентичность - это самоопределение человека, чувство принадлежности, которое человек приобретает на социальном и на психологическом уровне и которое выполняет три основные функции: выбор, установление возможных отношений с другими людьми и предоставление людям возможности обрести силу и стойкость.⁶

Как социальная и культурная концепция, идентичность не присуща и не статична, а представляет собой динамический процесс, меняющийся в зависимости от исторических условий, времени и пространства.⁷ Это изменение особенно заметно для людей в кросс-культурной среде. В процессе долговременной социализации индивиды, выросшие в определенном социуме, постепенно понимают и осознают такие важные культурные факторы, как ценности, нравственные нормы, нормы поведения, которые необходимо

⁵ Pellegrino, A. V. "Study Abroad and Second Language Use: Constructing the Self". Cambridge: Cambridge University Press, 2005. p.68

⁶ Guibernau M. "National identity and modernity", in A.Dieckhoff & N. Gutierrez (eds.), *Modern Roots: Studies of National Identity*, Aldershot: Ashgate Publishing Limited, 2001. p.76.

⁷ Norton B. & Toohey K. "Identity and Language Learning". in Kaplan R.B. (ed.). *The Oxford Handbook of Applied Linguistics*, New York, NY: Oxford University Press, 2002. p.121.

соблюдать при выживании и развитии социокультурной среды. Однако, когда люди покидают свою первоначальную социальную и культурную среду и вступают в контакт и взаимодействуют с другими социальными культурами и языками, они вновь переживают незавершенный для них процесс социализации, и как следствие сосредотачиваются на изучении другого языка и культуры. Соответственно с этим изменяется и их самооценка, социальная и культурная идентичность.⁸

Т.Л Гурулева, Главный научный сотрудник Центра политических исследований и прогнозирования Института Дальнего Востока РАН, провела систематическое исследование социальных и культурных различий между Россией и Китаем. Ей было отобрано 22 культурных параметра, которые лучше всего отражают особенности китайской культуры, тем самым сравнивались сходства и различия России и Китая по этим культурным параметрам. По итогу исследования был сделан вывод о том, что Россия и Китай имеют как сходства так и различия в том, что касается культуры. Различия в основном проявляются в следующих аспектах: основной путь формирования культуры, отношение к природе, времени, отношение к природе человека, соотношение перцептивного и рационального режимов мышления, особенности традиционных режимов мышления, понимание гармонии и дисгармонии, понимание добра и зла, отношение к знанию, отношение к традициям и нововведениям, основные культурные нормы личности и общества, понимание норм жизни и того что такое благополучие. Существенные культурные различия между Россией и Китаем определяют существенные различия в социальной и культурной среде двух стран. Китайские студенты покидают привычную социальную и культурную среду. Поездка в Россию для обучения за границей приводит в новую социальную и культурную среду, которая очень сильно отличается от привычной уже культурной и языковой среды. При изучении русского языка им также необходимо затратить много энергии на изучение социальных и

⁸ Гурулева Т.Л. Система образования Китайской Народной Республики и российско-китайское образовательное сотрудничество. М.: Восточная книга.2018..С.328

культурных знаний о России, заново пережить незавершенный процесс социализации с языковым и культурным обучением, перестроить во многом и свое понимание процесса обучения в целом.⁹ Это все является вызовом для китайских студентов, потому что это не только вопрос времени и энергии, но также включает в себя множество аспектов, таких как человеческая личность, язык и способность к межкультурному общению.

Если у человека жизнерадостный характер, прочная языковая база и хорошие навыки межкультурного общения, то, такой человек, попав в незнакомую социальную и культурную среду, будет использовать свои навыки как преимущества для осуществления хороших межкультурных обменов с людьми из страны, где он учится за границей, и активно интегрироваться в страну, где он учится. В этом процессе разрыв между «реальным Я (the real self)» и «идеальным Я (the ideal self)» сильно сужается, что позволяет построить свою собственную социальную и культурную идентичность. Это способствует налаживанию жизни и учебы в целевой стране, и в особенности улучшению языковых навыков. И наоборот, если студент не имеет вышеуказанных преимуществ, это повлияет на перестройку его самооценки и культурной идентичности в социальной и культурной среде страны, где он учится за границей, что, в свою очередь, повлияет на уровень его владения иностранным языком.

Привлекательность России для китайских студентов, привлекательность страны для обучения за рубежом будут иметь прямое влияние на количество иностранных студентов в этой стране. Стоит отметить, что привлекательность Китая для российских студентов, обучающихся за рубежом, в последние годы возрастает, и число российских студентов, обучающихся в Китае, имеет относительно высокие темпы роста. Количество китайских студентов, обучающихся в России, также неуклонно растет.

⁹ Гурулева Т.Л. Система образования Китайской Народной Республики и российско-китайское образовательное сотрудничество. М.: Восточная книга.2018..С.316-324

Россия привлекательна для китайских студентов в основном тем, что при поступлении не требуется серьезной языковой подготовки, рентабельность обучения в России высока, а спектр выбора художественных специальностей очень широк. Но есть много студентов, которые не понимают ситуации в целом, приезжают в Россию и не имеют затем возможности адаптироваться, что приводит к проблемам как с психическим здоровьем, так и физическим. Кроме того, в силу непреодолимых сил в последние годы привлекательность российского образования стала недостаточной. Сказалось также падение международного престижа российских университетов. Несмотря на то, что Россия и Китай добились значительных успехов в сфере образовательного обмена и сотрудничества, все еще есть проблемы, требующие решения, в основном связанные с неэффективностью некоторых обменных мероприятий и механизмов сотрудничества, необходимостью повышения качества подготовки иностранных студентов и языковым барьером у студентов.

2.3. Представление и различия между логотипами российских и китайских университетов

Внешнее оформление и стиль логотипа - это форма существования логотипа. Далее мы обобщим методы выражения логотипов известных китайских университетов с целью получить больше научных данных, резюмируя типы выражений логотипов известных китайских университетов. Мы проведем исследование на предмет глубинных предпосылок и причин полученных результатов, а также предоставим практические примеры дизайна.

Знаки, как правило, можно разделить на две основные категории: плоские знаки и неплоские знаки.

Графический логотип - это самая примитивная форма выражения, а также наиболее широко используемая форма в современном дизайне.

Существует множество способов выражения плоских знаков, которые можно условно разделить на три категории: графическое представление, текстовое представление и комплексное представление текста и графики.

1. Конкретные и абстрактные графические знаки

Графические знаки можно разделить на конкретные графические знаки и абстрактные графические знаки по форме. Конкретное представление графических знаков основано на естественной форме объективного изображения, соответствующей реальному изображению, и форме выражения, которая была в высшей степени обобщена и усовершенствована. Его визуальный язык яркий, интуитивно понятный и узнаваемый. Абстрактное исполнение графических знаков заключается в выражении значения или концепции каждой вещи через коннотативные качества геометрических абстрактных форм. Его визуальный язык отличается общностью и простотой и может передавать информацию с наименьшим количеством визуальных средств.

Большинство дизайнеров логотипов известных китайских университетов используют конкретные выражения для создания университетских логотипов. Это именно те характеристики, которые разработчик логотипа использует как конкретный графический логотип, чтобы он был ярким и интуитивно понятным, узнаваемым и понятным по своему значению и мог быть принят и узнаваем людьми разного возраста, разного культурного происхождения и разной социальной принадлежности.

2. Текстовые логотипы

В чем заключается основная разница между словесными знаками в известных университетских логотипах Китая и стран Запада? Можно сказать, что эта разница неразрывно связана с уникальными китайскими иероглифами и каллиграфией.

Китайские иероглифы прошли через тысячи лет развития. Иероглифическая письменность позволяет наследовать и накапливать культурное содержание. Каждый иероглиф обладает глубоким культурным

подтекстом и необычным художественным шармом. По классификации китайских ученых древности, иероглифическое письмо имеет шесть подвидов:

Указательные

Изобразительные

Простые идеограммы

Составные идеограммы

Фоноидеограммы

Фонетические заимствования.

Например, изобразительные иероглифы - это изображения чего-либо переданные схематично. Люди часто используют такой способ передачи для непосредственного воспроизведения информации через рисунок. Такое изображение позволяет прямо выразить или объяснить что-либо. В древности, люди внимательно наблюдали за вещами, абстрагировались наиболее существенные и репрезентативные части вещей и создавались пиктограммы, так, чтобы люди могли легко понять, что изображено на картинке; Большинство иероглифов не представляет собой ни простых изобразительных знаков, ни идеограмм, а принадлежит к третьему особому типу иероглифики, который называется фоноидеограммы. Одна из частей фоноидеографического иероглифа носит название «фонетик», другая часть называется «детерминатив». Слово, обозначаемое иероглифом, фонетически тождественно или близко слову, обозначаемому фонетиком; можно сказать, что чтение знака в целом примерно совпадает с чтением одной его части. К примеру, такие иероглифы как 詈 «злословить, чернить, порочить» и 非, одно из значений которого «дурной, плохой, зло», оба произносятся «фэй»; иероглифы 柑 «апельсин» и 甘 «сладкий» читаются как «гань», а иероглиф 蚌 «устрица» читается как «хань». Другая часть знака имеет идеографическое значение, то есть определяет область, к которой относится конкретное значение этого знака, отчего и называется «детерминатив». С точки зрения формы, процесс эволюции иероглифов - это также в определенном смысле процесс дизайна.

С самого начала китайские иероглифы имели образную основу и довольно обобщенную идентичность. Форма китайских иероглифов также является абстрактной, а статический язык - это образец, канон, который претерпел развитие и эволюцию. Китайские иероглифы претерпели тысячи лет эволюции и непрерывного развития, но структура иероглифов по-прежнему соответствует принципам эстетической композиции.

Используя китайские иероглифы в качестве «матрицы», можно разработать отличительный логотип товарного знака. В сочетании с подвидами традиционной китайской каллиграфии, как например синшу, цаошу, лишу, кайшу, и используя современные методы дизайна, логотип может иметь ярко выраженные национальные особенности. Изготовление печатей можно также отнести и к китайскому искусству текстового дизайна. Применение каллиграфии, искусства печати, особый стиль оформления – все это можно применить, создать новый стиль и разнообразные техники для дизайна, и применить затем в создании текстовых знаков. Китайские иероглифы обладают такими преимуществами, как обобщение, уточнение смыслов и эстетика с точки зрения графики и дизайна. Китайское иероглифическое письмо уже стало очень эффективным элементом мирового дизайна. Все это только доказывает особенный стиль китайского дизайна применительно к логотипам, являясь неиссякаемым источником вдохновения для дизайнеров во всем мире.

3. Логотипы, сочетающий текст и графику

Комбинация текста и графики - это одновременное использование дизайнером текста, графики и изображений для создания новых изображений. Такой вид дизайна имеет характеристики как текстового, так и графического логотипа, его легко запомнить и довольно легко распознать.

Изучив и проанализировав методы выражения логотипов известных китайских университетов, мы можем видеть, что логотип университета, во-первых, представлен конкретной графикой, а во-вторых, текстовый метод выражения может придать логотипу университета ярко выраженные национальные особенности. Сочетание текста и графики формирует

абстрактную графику. Поскольку такая графика занимают небольшую долю в выражении университетских логотипов, этот тип логотипа является еще более уникальным. Самая главная особенность таких логотипов в том, что они обладают уникальной индивидуальностью, их легко распознать и их смысл понятен большинству.

Рассмотрим различия между логотипами китайских и российских университетов:

- различия в цвете (цветовом выражении)

Рассмотрев около 920 логотипов университетов в Китае (отсортированных по цвету) мы обнаружили, что основные цвета, использовавшиеся для логотипов - это синий, зеленый и красный. Большинство из логотипов одноцветные. Синие тона являются наиболее доминирующими, красные - вторыми по используемости, за ними следуют оттенки зеленого, затем по степени используемости идут желтый, фиолетовый и черный. На такие цвета, как синий, красный и зеленый – приходится около 90% логотипов.

Согласно проведенному опросу среди студентов, самые любимые цвета студентов - синий, зеленый, красный и белый, а наименее любимые цвета – это черный, серый, желтый, фиолетовый и красный.

Считается, что синий цвет легко ассоциируется со спокойствием, широтой и глубиной.

Красный цвет ассоциируется со страстью, энергией, молодостью ...

Зеленый ассоциирует природу, покой, надежду ...

Проведя анализ логотипов 296 университетов в России, нами было обнаружено, что основными цветами в логотипах являются такие цвета, как синий, черный, красный и зеленый. Синие тона стоят на первом месте, черные тона - вторым по величине, за ними следуют оттенки красного и зеленого. Логотипы 138 университетов (48%) используют синий в качестве основного цвета своего логотипа.

Согласно опросу «Лучшие и худшие логотипы вузов», инициированному сайтом Табитуриент.ру, студенты российских вузов более всего предпочитают

черный, белый или синий, либо же синий, черный и белый. Согласно статистике Nandu Data от Nandu Weekly, 88,6% логотипов китайских университетов как часть дизайна используют окружность, 5,2% используют неправильные формы 3,4% используют геральдические щиты, 1,8% используют квадраты, 1% используют треугольники.

Логотипы китайских университетов в основном имеют форму круга, на их долю приходится более 85%. Квадратные, треугольные и «щитовые» формы имеют особый дизайн. Это может быть связано с использованием решений в дизайне, отличных от западных форм щитов и даже отличных по своей форме и стилю. (таблица 3)

Почему китайцам так нравятся круглые формы в дизайне? Круг - это важная часть дизайна традиционного китайского дизайна. Круглая форма больше соответствует традиционной китайской эстетической концепции и имеет большое значение. Круг имеет значение совершенства, завершенности и воссоединения. Такой дизайн заставляет китайцев чувствовать себя комфортно и непринужденно.

Круг – это часть философии традиционного Китая. Совершенство ведет к полноте, а полнота ведет к совершенству, к кругу. Если сердце совершено, будет мир и не будет раздоров. Мир - это самое главное, земной шар, и он имеет в своем сечении именно круг. Поэтому китайцы с древних времен до наших дней очень сентиментально относились к круглым вещам. На дизайн эмблем университетов Китая в некоторой степени повлияло китайское искусство изготовления печатей. Узор, внешне напоминающий официальную печать, символизирует совершенство и гармонию. Поэтому дизайн логотипов должен соответствовать требованиям социальности и авторитета. Самое интуитивно понятное решение - сделать узор похожим на официальную печать. Конечно, не исключено, что некоторые университеты уделяют больше внимания собственным воззрениям на оформление логотипа, и тогда логотип конечно не будет выглядеть как официальная печать.

Графический дизайн российских вузов несколько богаче чем дизайн китайских вузов. 42% вузов в России используют неправильные формы,

которые более креативны с точки зрения современного дизайна. На логотипе зачастую изображено здание университета или лицо человека, названного в честь университета. На знаке очень приветствуются лавры и венки.

Что касается дизайна логотипов китайских университетов, можно выделить несколько особенностей:

-Из-за культурной и исторической взаимосвязи, логотипы китайских университетов содержат в себе слишком много элементов, для них характерна перегруженность, при этом композиция не является достаточно лаконичной.

-Логотипы содержат слишком много круглых элементов и отсутствие оригинальных, отличительных черт.

Что касается дизайна логотипов российских университетов, можно сказать, что дизайн логотипов российских университетов не ограничивается определенной композицией, и оформлен более свободно с точки зрения современного дизайна.

2.4. Прогноз перспектив российско-китайского образовательного обмена и сотрудничества

● Анализ китайского обмена с образовательными учреждениями России

В связи с постоянным развитием политических и экономических отношений между Китаем и Россией в последние годы количество китайских студентов, обучающихся в России, все более увеличивается.

Китай и Россия являются ключевыми партнерами в сфере образовательного обмена. Обмен иностранными студентами является традиционным способом осуществления образовательного сотрудничества между двумя странами, и количество иностранных студентов по обмену неуклонно растет. В 2019 году количество двусторонних программ обучения между Китаем и Россией превысило 100 000 человек. Хотя эпидемия коронавируса и связанные с ней ограничения на въезд оказали определенное

влияние на международный обмен, в 2020 году в России по-прежнему обучается более 42 000 китайских студентов, а в Китае – около 14 000 российских студентов. В общей сложности это 57 000 иностранных студентов по обмену.¹⁰

Под влиянием эпидемии университеты двух стран активно осваивают программы онлайн обучения: в 2020 году около 4000 китайских студентов примут участие в краткосрочных летних и зимних онлайн-программах, организованных российскими вузами.¹¹ Согласно плану Правительства Российской Федерации, в 2021-2022 учебном году для китайских студентов будет выделено 1011 бюджетных мест, что на 71 место больше, чем в 2020-2021 учебном году.¹²

Из образовательного уровня иностранных студентов более половины подготовительных и бакалаврских студентов, большинство из которых до приезда в Россию имели только высшее образование, и несколько докторантов, что составляет всего 3,8%.

На перспективы развития российско-китайский обменов и сотрудничества в сфере образования в будущем влияют различные факторы. С одной стороны, плавное развитие двусторонних отношений и сотрудничества в сфере образования, схожесть образовательных стратегий двух стран, а также развитие и изменение международной среды принесли новые возможности и создали благоприятные условия для будущих образовательных обменов и сотрудничества между две страны. С другой стороны, проблемы двух стран в плане продвижения сотрудничества и обмена иностранными студентами, а также вспышка эпидемии коронавируса добавили неопределенности в процесс обмена и сотрудничества между Россией и Китаем в сфере образования, что

¹⁰Министерство образования КНР. Хуай Цзиньпэн рассмотрел и выразил надежду на китайско-российское сотрудничество в области образования на 22-м заседании Китайско-российского комитета по сотрудничеству в области гуманитарных наук [ЕВ/ОЛ] 2021-11-16 .

http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/moe_1485/202111/t20211116_580292.html.

¹¹ РИА Новости. Российские вузы и Госсовет по стипендиям КНР подписали соглашения[ЕВ/ОЛ].2021-09-10. <https://ria.ru/20210910/soglasheniya-1749484890.html>

¹² Минобрнауки РФ . Россия и Китай достигли уровня академической мобильности в 100 тысяч человек[ЕВ/ОЛ]. 2020-11-25. https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=26080.

затрудняет будущие образовательные обмены и сотрудничество между двумя странами. Однако, в целом, на фоне постоянного улучшения отношений между Россией и Китаем, в сфере обмена и сотрудничества между двумя странами в сфере образования еще большие потенциальные возможности и перспективы для дальнейшего развития.

С непрерывным развитием многополярности мировой политической структуры и экономической глобализации, особенно по мере того, как быстро развивается наука и техника, и все более активным международным разделением труда, увеличиваются темпы глобализации. С одной стороны, возможности и вызовы, вызванные глобализацией, побуждают страны постоянно укреплять сотрудничество в сфере образования. С другой стороны, глобализация во многом укрепила всеобщую связь между странами и оказала содействие созданию множества организаций международного и регионального сотрудничества. Сотрудничество обеспечивает более широкое пространство для развития. Прежде всего, глобализация ускорила трансграничный поток образовательных элементов, таких как студенты, преподаватели, учебные курсы, учебные материалы, фонды, проекты в различных странах, и в целом укрепила связи между странами мира. В этом контексте образовательный обмен и сотрудничество между Россией и Китаем все больше выходят за этнические и региональные границы. Ускорило взаимодействие педагогических кадров двух стран, увеличилось количество трансграничных проектов сотрудничества в сфере образования, в целом укрепились образовательные связи. Однако стоит отметить, что в то же время быстрый глобальный приток образовательных ресурсов увеличил конкуренцию. В условиях мировой рыночной экономики конкуренция между странами за квалифицированные кадры привела к тому, что все больше хороших специалистов уезжает в более развитые страны с хорошими экономическими условиями, в то время как развивающиеся страны с менее развитой экономикой столкнулись с довольно серьезной «утечкой мозгов». Таким образом, хотя глобализация принесла обеим странам немалые возможности, она также

принесла некоторые проблемы. Россия и Китай столкнулись с необходимостью повышения качества образования и преподавания. Ключом к решению задач такого плана является расширение «открытости» образования, укрепление образовательных обменов и сотрудничества с другими странами, активное внедрение зарубежных образовательных ресурсов. Россия и Китай имеют много преимуществ в осуществлении образовательного сотрудничества, а возможности и вызовы, вызванные глобализацией, побуждают к постоянному укреплению сотрудничества между двумя странами в сфере образования.

Нельзя не отметить, что глобализация сделала возможным создание множества организаций международного и регионального сотрудничества, предоставив еще больше возможностей для развития российско-китайский образовательных обменов и сотрудничества. С одной стороны, появление международных официальных организаций и неправительственных организаций дает больше возможностей для обмена и сотрудничества в сфере образования между двумя странами. Всемирная торговая организация (ВТО), ЮНЕСКО и другие международные организации, предоставили и Китаю, и России множество возможностей для осуществления образовательных обменов и сотрудничества. Появление и развитие международных неправительственных организаций также дает свои результаты и оказывает положительное влияние на образовательный обмен. Участие России и Китая в «Вашингтонском соглашении» по вопросам международных неправительственных организаций помогло осуществить взаимное признание научных степеней между двумя странами и эффективно способствовало перетоку инженерно-технических специалистов между двумя странами. Таким образом, расширились каналы и масштабы обменов и сотрудничества между Россией и Китаем в сфере образования. С другой стороны, создание организаций регионального сотрудничества также в немалой степени расширило образовательный обмен и сотрудничество между Россией и Китаем с двусторонних до многосторонних отношений, расширило пространство для образовательных обменов и сотрудничества между двумя странами и дало еще большие перспективы для

образовательных обменов и сотрудничества между двумя странами.

Совместными усилиями России и Китая, образовательное сотрудничество стало незаменимым и важным направлением в рамках международного сотрудничества. В последние годы Россия и Китай продолжают сотрудничество в сфере образования по многим аспектам, обмен и сотрудничество проводится постоянно и уже достигло ряда существенных результатов.

Стремительное развитие науки и техники способствовало изменению модели развития мировой экономики, превратив ее из модели экстенсивного роста, основанной на капитале и ресурсах, в модель интенсивного роста, основанную на технологиях, знаниях и человеческом капитале. Все более ужесточающаяся международная конкуренция превратилась в глобальную конкуренцию за квалифицированных специалистов, в развитие специалистов напрямую зависит от качества системы образования. Развитие экономической глобализации значительно во многом способствовало притоку трудовых ресурсов на международный рынок. Столкнувшись с жесткой международной конкуренцией, страны, с одной стороны, страны стали активно развивать собственное образование, а с другой стороны, начали конкурировать за специалистов на международном рынке. Отношения между Китаем и Россией тесно связаны со сферой образования, и качество отношений между двумя странами будет иметь непосредственное влияние на образовательные обмены и сотрудничество между двумя странами. И наоборот, дружеские обмены и сотрудничество между двумя странами в области образования также способствуют углублению взаимопонимания между двумя народами, укреплению дружбы между двумя народами и укреплению отношений между двумя странами. В последние годы российско-китайский стратегическое партнерство координации достигло значительного развития и развилось до всеобъемлющего стратегического партнерства координации в новую эпоху. По мере углубления отношений между двумя странами контакты в области межличностного и культурного обмена значительно расширились, и было достигнуто много существенных результатов в образовательном и культурном

обмене. В контексте постоянного улучшения и углубления отношений между Россией и Китаем постоянно укрепляются образовательные обмены и сотрудничество между двумя странами. В условиях глобализации и довольно жесткой международной конкуренции и Россия, и Китай берут на себя важную задачу по реализации модернизации и интернационализации своего собственного образования, и их общая привлекательность заключается в реализации инновационных образовательных стратегий и стратегий интернационализации высшего образования с точки зрения образования. Поэтому с общей точки зрения будущих образовательных обменов и сотрудничества между двумя странами будет продолжать развиваться на существующей основе и иметь большие перспективы дальнейшего развития.

Выводы

Россия и Китай добились значительных успехов в сфере образовательных обменов и сотрудничества, но проблемы все же есть.

Русский и китайский принадлежат к разным языковым семьям, языковые различия велики, а обучение затруднено, из-за слабости преподавания русского (китайского) языка в сфере среднего образования в России и Китае и отсутствия формального русского (китайского) языковые учебные заведения в двух странах, в двух странах изучающие русский (китайский) язык в колледжах и университетах имеют слабую языковую базу; в двух странах низкие языковые требования для иностранных студентов; культурная идентичность имеет решающее значение для изучения языка, и существует большой социальный и культурный разрыв между Китаем и Россией. Для людей является большой проблемой как можно скорее реализовать социальную и культурную идентификацию с разными культурами, завершить реконструкцию самооценки и успешно достичь межкультурной коммуникации. Эти факторы являются причинами языковых барьеров для изучающих русский (китайский) язык в Китае и России.

Судя по современной международной обстановке, благоприятных факторов для обменов и сотрудничества между Россией и Китаем в сфере образования намного больше, чем влияющих, и перспективы развития весьма обнадеживающие. Во-первых, существуют некоторые неопределенности в сфере образовательных обменов и сотрудничества между двумя странами, вероятность их возникновения на фоне здорового развития отношений между двумя странами относительно невелика. Во-вторых, в целом, несмотря на то, что нынешние образовательные обмены и сотрудничество между Россией и Китаем затронуты новой коронной эпидемией, это воздействие носит лишь временный характер. Кроме того, обмены и сотрудничество между Китаем и Россией в сфере образования не прекратились из-за эпидемии, две страны продолжают способствовать развитию двусторонних образовательных обменов и сотрудничества через онлайн-среды. Новая коронная эпидемия — это проблема, с которой страны всего мира столкнутся в сотрудничестве в сфере образования, а не непримиримое противоречие между Китаем и Россией. С постепенной популяризацией новой коронной вакцины глобальная работа по профилактике и борьбе с эпидемиями достигнет очевидных результатов, при этом кадровые обмены между странами нормализуются, а образовательные обмены и сотрудничество между Россией и Китаем скоро вернуться на прежний уровень. Правильный трек. Возможно, еще какое-то время образовательные обмены и сотрудничество между двумя странами будут по-прежнему осуществляться преимущественно в онлайн-режиме, но это не изменит основного тона сотрудничества двух стран в сфере образования. Поэтому перспективы развития образовательных обменов и сотрудничества между Россией и Китаем радужны. В контексте постоянного улучшения и углубления отношений между двумя странами все еще есть большие возможности для развития будущих образовательных обменов и сотрудничества между двумя странами.

Глава 3. Платформа обмена образованием «ноль дистанции»

3.1 Анализ существующих сайтов образовательных обменов

Одной из целей информатизации образования является содействие улучшению методики преподавания. Как интернет-ресурс, веб-сайт имеет свой уникальный статус и особую роль в процессе образовательного обмена. По мере непрерывного развития процесса информатизации образования образовательные веб-сайты заняли очень важное место в информатизации образования.

На сегодняшний день на рынке информационных услуг все более остро стоит вопрос о том, как сделать образовательные веб-сайты жизнеспособными, и эта проблема действительно заслуживает детального рассмотрения.

На текущий момент, образовательные веб-сайты в основном делятся на следующие категорий, это веб-сайты, созданные государственными образовательными ведомствами, образовательными исследовательскими учреждениями, социальными и профессиональными группами, а также школами, университетами, отдельными преподавателями, студентами и т.д.

Рассмотрим более детально веб-сайты университетов с точки зрения дизайна.

Эта глава начинается с изучения и анализа структуры веб-сайта, типографики и некоторых других аспектов, а затем нами оцениваются проблемы и преимущества образовательных веб-сайтов с точки зрения стиля, интерактивности и источников информации.

С целью проведения анализа мы выбрали 25 веб-сайтов различных университетов и институтов мира, где изучается дизайн.

Анализ подвидов дизайна интернет ресурсов на примере 25 университетов (таблица 3)

Согласно статистике, стили дизайна веб-сайтов рассмотренных нами 25 университетов можно разделить на «графическое оформление» (67%), «видео оформление» (32%) и «текстовое оформление» (1%).

-
- Графическое оформление (67%) является наиболее широко используемым типом оформления сайта, потому что изображения в целом более привлекательны для пользователей при просмотре и также при работе с сайтом. Изображения в основном представлены в «фиксированной» форме, интерактивность на очень низком уровне.
 - Видео оформление (32%) – это более яркое и интерактивное оформление, благодаря чему люди могут удобнее получить необходимую для них информацию. Однако в данном случае предъявляются жесткие требования как например, требования к сценарию, качеству видео, актерскому мастерству, постобработке и т.д. Стоит отметить, что это требует немалых финансовых вложений.
 - Текстовое оформление (1%) – это самый простой способ оформления веб-сайта. Хотя создание текста достаточно простой и быстрый процесс, это может усложнить просмотр для пользователей, которые не могут быстро понять, что им необходимо найти. Более того, чистый текст — это совершенно лишнее интерактивности оформление. Чтобы писать хорошо в любой манере и любом жанре, будь то научный, художественный или научно-популярный стиль, требуется довольно много времени. Однако после редактирования правильно выстроенное логически содержание должно быть выражено в обязательном порядке.

Анализ структурного оформления образовательных платформ на примере 25 университетов (таблица 4)

Согласно статистике, основными разделами являются «новости» (25%), «введение (интро)» (25%), «информация об учебном процессе» (25%), «раздел содержащий информацию о поступлении» (15%) и «раздел о достижениях учащихся» (10%).

Три основных раздела, занимающие основную часть главной страницы веб-сайта университета, - это введение, новости и профессиональное введение.

-
- Введение (25%) в основном знакомит с учебной средой, историей и знаменитыми выпускниками, дает пользователям общее представление об учебном заведении.
 - Информация об учебном процессе (25%) в основном показывает направления подготовки, по которым проводится обучение, а также программы дополнительного образования, заочного обучения и прочее.
 - Новости (25%) в основном содержит какие-либо актуальные на данный момент мероприятия, конкурсы, выставки, лекции и другую важную информацию. Эта информация дает представление о внеучебной деятельности университета.
 - Раздел содержащий информацию о поступлении в университет (15%) В некоторых университетах есть специальный раздел для подачи заявлений о приеме, но на большинстве сайтов эту информацию довольно трудно найти.
 - Раздел о достижениях учащихся (10%) демонстрирует выпускные и научные работы выпускников и нынешних студентов. Так университет может эффективно привлекать определенную целевую аудиторию.

Для анализа нами было отобрано 12 образовательных платформ из 25 рассмотренных вариантов. (таблица 5)

Путем анализа того, насколько студентов университетов открыты к общению и взаимодействию с образовательными сайтами, нами было установлено, что удовлетворенность студентов коммуникативностью, интерактивностью, можно в процентном соотношении показать следующим образом: «связь дружбы» (43,2%), «обмен учебной информацией» (12,4%), «форум учитель-ученик» (30,1%), «завести друзей в Интернете» (87,2%), а запрос на общение, предоставляемый сайтом, «ссылка дружбы» (78,9%) , «обмен обучающей информацией» (92,6%), «форум учителей и учеников» (86,3%), «онлайн-знакомства» (90,1%).

Можно смело утверждать, что образовательная интернет платформа - это в том числе и процесс общения и взаимодействия. Создание образовательного веб-сайта

не только предоставляет широкий выбор различного рода информации, но также создает платформу для общения и обмена информацией между учащимися, преподавателями, сотрудниками в целом. Интерактивность сайта также является важнейшим аспектом. По сравнению с другими способами подачи информации, такие интернет платформы имеют явное преимущество, но они становятся практически бессмысленны, если их не развивать и не совершенствовать.

3.1.1 Анализ альтернатив создания образовательной платформы

1. В процессе создания образовательной платформы следует обращать внимание на красоту внешнего оформления, и намного больше внимания следует уделять содержанию. Графический дизайн веб-сайта может не только доставить зрителю эмоции и удовольствие, но и улучшить сам веб-сайт. Это те задачи, которые может и должен решать дизайнер. Это важно, однако не следует чрезмерно много внимания уделять только лишь внешнему виду веб-сайта, игнорируя построение контента (содержания) веб-сайта. Создание образовательных веб-ресурсов и образовательных веб-сайтов должно опираться на содержательность, а не только на внешнее оформление. При этом частью содержания сайта может быть текст, картинка, звукозапись, видео и так далее. Образовательные веб-сайты должны пробуждать энтузиазм и у учителей, и у учащихся, поэтому дизайнер должен сосредоточиться на создании сайтов в соответствии с потребностями пользователей, потребностями обучения, особенно потребностями учащихся, и способствовать динамичному развитию ресурсов, чтобы и в дальнейшем можно было бы эффективно использовать образовательные веб-сайты.

2. Построение образовательных ресурсов должно быть адаптировано к местным условиям, при этом важно искать точки соприкосновения, сохраняя при этом существующие различия. По мере развития информационных технологий и мультимедийных технологий, образовательные веб-сайты все больше содержат элементы анимации, графики, звука и текста, что является очень популярным среди студентов. Однако содержание образовательных веб-сайтов не должно руководствоваться принципом «чем больше, тем лучше», а подчеркивать

актуальность и выделять ключевые моменты и трудности. Избыток мультимедийных средств на образовательном сайте будет только препятствовать популяризации и применению информационных технологий. Поэтому мы будем рассматривать структуру различных образовательных веб-сайтов университетов с несколько иной точки зрения. Разные люди будут несомненно иметь разные потребности применительно к образовательным платформам. Образовательный веб-сайт университета никак не сможет удовлетворить потребности абсолютно всех студентов. Таким образом, различия в культурном воспитании также очень различны в учебной и воспитательной деятельности университетов. Поэтому так важно разработать подходящую для целевой аудитории образовательную платформу.

3. Создание образовательных веб-сайтов должно быть ориентировано на студентов и максимально охватывать их интересы. С точки зрения технических характеристик образовательные веб-сайты должны стать связующим звеном между различными учебными группами и отделами университета с целью обмена и распространения образовательной и учебной информации; более того учащиеся могут ознакомиться с основной информацией на веб-сайте, через такие инструменты веб дизайна, как форум, шапка сайта, разделы и вкладки, боковые панели и ссылки на главной странице.

4. Предложение разных видов информации не должно быть обширно и слишком сложно, но должно быть сделано изысканно с точки зрения дизайна. Некоторые исследователи считают, что когда большинство людей переключают свое внимание на что-либо другое, формируется поток внимания. Следовательно, чтобы создать хороший веб-сайт, нужно уметь направлять, контролировать, отвлекать, привлекать и усиливать этот поток внимания, так, чтобы информация была более доступной. Это требует, в свою очередь, в немалой степени планирования, открытости и практичности при построении и создании сайта. Судя по существующим интернет-ресурсам различных университетов мира, в них больше популярной информации, а качественных ресурсов, узконаправленных и готовых к выдаче необходимой информации все же довольно мало.

Создание образовательного веб-сайта включает в себя два аспекта: потребности учащихся в ресурсах и профессионализм веб-сайта (простой веб-сайт или профессиональный веб-сайт). Исходя из этого, можно видеть, что университет может создать как хороший, так и плохой с точки зрения дизайна веб-сайт. Хороший, качественно выполненный веб-сайт должен в наиболее полной мере использовать все свои преимущества, путем дополнения и улучшения исправлять свои недостатки, отличаться практичностью и эффективностью.

5. Образовательные веб-сайты должны уделять внимание обновлению данных и повышению актуальности содержащейся на них информации. При этом информация должна обновляться как можно чаще, чтобы это было ощутимо пользователем. Веб-сайт не может быть «статичным», платформа должна отражать максимум сведений, как например сведения о новых поступлениях в книжный фонд, о новых научных достижениях, о проводимых конкурсах, олимпиадах, спортивных состязаниях и т.д.

3.2 Интеграция китайских элементов дизайна в коммуникационную графику платформ образовательного обмена

Китайские традиционные культурные элементы можно также отнести и к элементам китайской традиционной культуры. Это наследие китайской традиционной культуры, которое используется в современном дизайне повсеместно во всем мире. Дизайн сочетающий в себе элементы китайского культурного наследия это сконцентрированное единство природы, жизни и общества через призму китайской географико-культурной общности, аккумулированное за последние пять тысяч лет существования китайской государственности. Китайское художественное наследие включает в себя множество составляющих, таких как традиционная каллиграфия, традиционные узоры, традиционные цветовые решения, искусство живописи, традиционное вырезание из бумаги, искусство изготовления печатей и т. д., но также включает культурные коннотации, ценности, мораль, мировосприятие, этику и эстетику.

Китайские иероглифы — это часть уникальной культуры Китая, а также символ китайской традиционной культуры. Китайское письмо «сяочжуань», как одна из красивейших составляющих китайского искусства, используется все большим количеством дизайнеров в своих проектах. Декоративный и символический смысл шрифтов основанных на письме «сяочжуань» играет важную роль в современном дизайне. По сравнению с другими стилями китайского письма, письмо «сяочжуань» является более торжественным и величественным видом изобразительного выражения, а как элемент китайской культуры, он придает людям некое понимание культурной принадлежности, имеет определенные культурные коннотации. Знаменитые горы и реки, буддийские и даосские храмы, древние дворцы и залы, стелы и каменные таблички, мемориальные доски, созданы на основе «сяочжуань», наследуя и развивая традиционную культуру Китая.

Применение шрифтов и письма «сяочжуань» применительно к дизайну шрифтов имеет определенное практическое значение и некоторую ценность. По прошествии нескольких тысяч лет своего развития, «сяочжуань» претерпел немалое количество внешних изменений. Являясь довольно разнообразной формой графического выражения, он привлекает внимание широкой аудитории и имеет потенциал показывать различные смыслы, вложенные дизайнером. В этом мы видим наследование и дальнейшее развитие традиционной китайской культуры. Благодаря такому уникальному стилю дизайна люди будут иметь возможность почувствовать очарование традиционной китайской культуры, а еще это косвенно будет способствовать развитию китайского дизайна.

В процессе коммерческого продвижения бренда дизайн шрифта «сяочжуань» может послужить для создания логотипа бренда, что очень привлекательно для широких масс, и не только удобно для рекламы, но и хорошо узнаваемо. Кроме того, шрифт «сяочжуань» имеет потенциал не только передавать информацию посредством дизайна логотипа бренда, но и также отображать определенные культурные коннотации и нести определенные культурно-исторические смыслы.

В настоящее время наиболее распространенные стили дизайна пользовательского интерфейса включают в себя такие стили, как

1. Скевоморфизм
2. Минимализм
3. Плоский дизайн
4. Стилль Баухаус
5. Крупная типографика
6. Неоморфизм
7. Глассморфизм
8. Анимация
9. Иллюстрация.

Также существуют несколько видов дизайна пользовательского интерфейса, внешне определяемого как китайский.

По мере все большего развития мировой экономики, пользователи все меньше придерживаются функциональных требований к интернет-продукту, вместо этого пользователи хотят получить эмоциональный, психологический отклик. По этой причине только интернет-дизайн, отвечающий эстетическим потребностям людей, может усилить необходимый эффект и дать результат. Чтобы максимально развиваться в сфере дизайна, необходимо научиться применять дизайн наиболее эффективным образом. Применяя знания в сфере дизайна и наполняя проект элементами традиционной китайской культуры, можно добиться довольно высоких результатов по многим аспектам. Стоит также сказать, что графические элементы являются ключевым фактором в дизайне пользовательского интерфейса.

Разумный выбор может точно передать более точную визуальную информацию, полную творчества и контекстный дизайн может произвести более глубокое впечатление на пользователей. Это - ключевой момент в графическом дизайне пользовательского интерфейса. Графический дизайн пользовательского интерфейса также должен опираться на понимание дизайнером самой эстетики дизайна. Мало того, что цветовое решение должно быть более однородным, что

сделает весь интерфейс более текстурированным, но и графика также может быть относительно проста, что больше соответствует с эстетической точки зрения веяниям современности.

В дизайне образовательной платформы и образовательных сайтов соответствующие разделы должны быть разработаны с учетом своей практичности, а добавление китайских элементов, сделает дизайн образовательного веб-сайта еще более красочным, красивым и практичным. Применение традиционных китайских элементов в процессе дизайна пользовательского интерфейса веб-сайта не должно применяться механически. Мы придерживаемся той точки зрения, что должны быть представлены художественные идеи и концепции дизайна китайских элементов, которые могут придать дизайну большую эстетичность и могут не только лишь отражать культурный фон.

По мере непрерывного развития науки и техники китайская традиционная культура и искусство будут в будущем уже представлены в еще более цифровых формах. Соответственно, и в дизайне пользовательского интерфейса веб-сайта применение китайских элементов будет выглядеть очень уместно. В современном дизайне использование китайских элементов в рамках различных проектах могут даже те люди, которые совершенно не понимают китайскую культуру, для этого нет никаких преград. В то же время такое решение применительно к дизайну также может эффективно помочь привнести китайскую культуру в мир веб-дизайна и обогатить наследие традиционной китайской культуры. Дизайнеры таким образом имеют большие возможности соединять элементы современной и традиционной культуры, а затем формировать собственный уникальный, дизайнерский стиль.

3.3 Дизайн проекта

Концепция проекта. Предлагаемый дипломный проект посвящен разработке концепции графического дизайна образовательной коммуникационной платформы. Эта тема не ограничивается одним способом общения на большинстве платформ, она будет использовать направляющую роль графики,

чтобы люди быстрее получали полезную информацию и могли эффективно общаться. Образовательная коммуникация является важным направлением развития любой страны, позволяя различным группам людей напрямую устанавливать культурные связи и культурный обмен.

Актуальность. На собственном опыте я обнаружила, что в среде, где существует языковой барьер, общение между людьми очень ограничено. Учебная поездка и жизнь в России тоже усложнились. Начала думать о том, какую платформу нужно построить, чтобы все могли эффективно общаться, быстро извлекать информацию, полезную для вас в эпоху её стремительного распространения и помогать в учебе и жизни.

В Китае нельзя использовать иностранное программное обеспечение или веб-сайты из-за контроля безопасности интернета, например: VK, Telegram, Instagram, WhatsUp, Twitter, Youtube и т.д. нужен VPN, но VPN запрещены в Китае. Поэтому актуально создать образовательную коммуникационную платформу, чтобы люди могли лучше общаться.

Построение платформы образовательного способно выполнить ожидаемые функции, позволяя людям более организованно использовать свое время для просмотра эффективной информации и общения.

Цель. Разработать дизайн-графическое сопровождение образовательной коммуникационной платформы, необходимой для того, чтобы люди, говорящие на разных языках, могли общаться более эффективно.

Первоначальная цель этой платформы образовательного обмена состоит в том, чтобы позволить китайцам и русским эффективно и продуктивно получать информацию, а также понять реальную российскую учебную жизнь на платформе образовательного обмена.

Задачи исследования:

1. Изучение роли графического дизайна в коммуникации.
2. Исследование того, как визуальные символы могут передаваться более эффективно.
3. Анализ существующих тенденций в графическом дизайне.

4. Анализ существующего графического сопровождения в российских и китайских университетах.

5. Анализ отличия российской и китайской информационной графики

6. Изучение текущего состояния образовательных платформ.

7. Разработка графики для платформы образовательного обмена.

Состав проекта(Таблица 2-2).(Таблица 2-3).

.Из Логотип , Цвет проекта, Шрифт, Графика проектав качестве основной части.

Делится на онлайн-платформу и разговорный клуб.

онлайн-платформа :

Навигационная графика; Динамические плакаты; Графика знаков эмоций;

Анимационные ролики.

разговорный клуб :

Афиша мероприятий;Тематические плакаты;Открытки ;Сувениры.

По потребностям платформы целевая аудитория делится на :

Абитуриент, Студент, Выпускник и Сотрудник(преподаватель).

Целевая аудитория :

Абитуриент

Подать заявку. на бакалавриат.в магистратуру.в аспирантуру

Студент

Узнать об учебе, жизни, социальной и другой информации в университете.

Выпускник

Дать сведения о работе после окончания учебы.Поделиться опытом

Преподаватель(Сотрудник)

Работа университета. Динамика студентов колледжей.

Получить обратную связь

Потребности пользователя(Таблица 2-1).

Абитуриент	Студент	Выпускник
Исследование общих учебных программ, аудитории	Ссылки на предметы	Работа
Справочная информация о занятиях, которые будут проводиться	Выбор руководителя	Обмен опытом со студентами
Сложности коммуникации в обучении	Задания для конкретного курса	Вакансии для выпускников
Примерное количество уроков в день	Вопросы по защите дипломных работ	
Жизнь (быт китайский)	Возможности трудоустройства по окончании учёбы в университете	
Погода в России		
Цена товаров в России.		
Окружающая среда и расположение общежития.		
На какую сумму вам нужно жить каждый месяц		
Есть ли в университете столовая?		
Медицинские учреждения.		
Жильё		
Путешествия		

Название проекта "НОЛЬ ДИСТАНЦИИ(零距离)"

Происхождение названия

Это означает, что нет расстояния между сердцами, и два сердца связаны.

И между объектами нет физического расстояния. Это общение лицом к лицу,

или стремление к этому. Люди могут почувствовать это при прямом контакте, но мы хотим передать, что заложен смысл быть очень близким, но не обязательно быть в контакте.

Даже если их разделяют тысячи километров, люди захотят общаться, учиться и обсуждать что-то с глазу на глаз. И мы хотим, чтобы вы чувствовали себя так.

Разработка знака. Знак 0(零) в арабских цифрах подобен кругу. В китайском мышлении круг представляет счастье и совершенство, потому что ноль — это круг с головой и хвостом, а совершенство имеет очень хорошее значение.

Цвета проекта. Классификация цветов по разным аудиториям:

Абитуриент-Зеленый

Потому что зеленый олицетворяет надежду и несет в себе жизненную силу. А такой энергичный цвет говорит о том, что абитуриенты полны надежд и ожиданий от жизни в российских вузах.

Студент-Синий

Самый важный цвет Вселенной. сдержанный спокойный синий.

Скромность и благоразумие, хорошо начать и хорошо закончить, строгая дисциплина.

Это качество, которым должны обладать студенты.

Свободный и свежий, и заставляет людей чувствовать себя спокойно и солидно.

Выпускник-Красный

Красный представляет страсть, мужество и энергию. Выпускники также могут быть представлены страстью, мужеством и энергией. Выпускники также могут быть полны энтузиазма и боевого духа в новых областях.

Сотрудник(преподаватель)-Оранжевый

Страстный в красном и веселый в желтом. теплый и дружелюбный

Оранжевый — самый теплый цвет в семействе теплых цветов.

Оранжевый цвет свечей.

Это символизирует добродетель учителя - сожги себя и просвети других.

Иероглифы Сяочжауань

Логотип, графика, эмоций и анимированная навигация воссозданы на основе шрифтов Сяочжауань.

Как переходный этап в развитии китайских иероглифов, Сяочжуань имеет характеристики высокого, прямого, красивого и симметричного. Применение Xiaozhuan в дизайне шрифтов имеет определенное практическое значение и ценность. Разумное использование характеристик Xiaozhuan для дизайна, передаёт душу у дизайна и постоянно обновляйте собственную концепцию дизайна, чтобы дизайн шрифтов Сяочжауань можно было идеально интегрировать в эту работу.

Дизайн логотипа(Рис 2-4).

Дизайн паттерн(Рис 2-5).

Дизайн паттерн(Рис 2-6).

Разработка знаков эмоций(Рис 2 -7).

Идея анимированная навигация(Рис 2 - 8).

Идея анимированная навигации(Рис 2 - 9).

Разговорный клуб:

MagPies -Языковой клуб с носителями(Рис 2 - 10)

Они команда преподавателей и выпускников Санкт-Петербургского Государственного Университета (СПбГУ) по направлениям: филология, востоковедение и иностранные языки.

Они работают по принципу «заболтай соседа, если сможешь».

Представьте их клуб на платформе, чтобы больше людей могли понять и принять участие.Дизайн афиш мероприятий и дизайн настольная игра к ним.

Для продвижения они делятся на российскую программу vk и китайскую WeChat. У них нет ничего, кроме их названий и логотипов, нет рекламных плакатов афиш мероприятий, только текстовые объявления, а большинство рекламных изображений взяты из интернета.

Улучшения:

Выступая в их защиту на нашей платформе;⁶⁷

Проведение серии офлайн-дизайнов мероприятий:

Праздничные плакаты;

Эмоциональные социализированные;

Настольные игры в биржах мероприятий.

Праздничные плакаты:

Разработайте плакаты для четырех традиционных китайских фестивалей и используйте сценарий Сяочжуань в качестве основной части для создания вторичной графики и объединения графики, характерной для фестиваля.

Четыре традиционных китайских праздника относятся к Весеннему фестивалю, Цинминскому фестивалю, Празднику лодок-драконов и Празднику середины осени.

Праздник Весны, то есть китайский Лунный Новый год, в народной традиции относится к периоду с восьмого дня двенадцатого лунного месяца, или 23-го или 24-го дня двенадцатого лунного месяца, до пятнадцатого дня первого лунного месяца. , с кануном Нового года и первым днем первого месяца в

качестве кульминации. Праздник Весны возник в результате поклонения богам и предкам в начале и конце года во времена династий Инь и Шан. весной

Во время праздника люди клеят красные куплеты, запускают петарды, лепят пельмени, отдают дань уважения предкам и молятся о хорошем урожае.

День подметания могил приходится на 5 апреля по календарю, это большой весенний праздник в Китае, день поклонения предкам и прогулок. Китайская нация имеет обычай прогулок Цинмин с древних времен. День подметания могил – это время, когда весна крепчает, и все наполняется жизненной силой. В это время подметание могил для поклонения предкам и прогулки в зелени являются традиционными обычаями, которые передавались с древних времен и⁶⁸ продолжают по сей день. В Южном Китае существует обычай есть цинтуань, цинтуань - это общий термин, поскольку основные ингредиенты в разных регионах разные, а зеленые сладости в основном изготавливаются из разных овощных соков, они вместе называются цинтуань.

Праздник лодок-драконов - пятый день пятого месяца китайского лунного календаря. Говорят, что после того, как Цюй Юань бросился в реку Милуо, люди испугались, что речная рыба съест тело Цюй Юаня, поэтому они бросили рис мячи в реку превратились в гонки лодок-драконов.

Праздник середины осени приходится на пятнадцатый день восьмого лунного месяца. Оценивая луну: Праздник середины осени - это праздник, посвященный луне. В эту ночь люди обычно наслаждаются луной на открытом воздухе или на балконах, подоконниках и в других местах, откуда можно увидеть луну. Поедание лунных лепешек: Праздник середины осени — это также день, когда можно есть лунные лепешки. Лунные лепешки — это традиционная выпечка, обычно приготовленная из яичного желтка, пасты из бобов, пасты из семян лотоса и других начинок. С воссоединением и гармонией.

Дизайн плакат(Рис 2-11.Рис 2-12.Рис 2-13.Рис 2-14).

Настольные игры в биржах мероприятий :

Настольные игры – это игры лицом к лицу, в которых могут быть интересные ситуации. В процессе игры в настольные игры всем необходим частый диалог и взаимное общение. Игра стала для всех общим языком, помогая жителям России и Китая понимать, наращивать темы и нормально взаимодействовать с окружающими.

Дизайн настольной игры(Рис 2-15)

Дизайн настольной игры на Учисть.(Рис 2-16)

Карточная игра основана на 12 графиках с малыми печатями и снабжена 12 упрощенными китайскими и русскими. Правила игры: переверните карты лицевой стороной вверх, а затем составьте комбинацию на флопе, чтобы определить упрощенное китайское значение графики сценария Сяочжуань. Русским полезно учить китайский разными способами, и в ходе простого игрового процесса будет возникать больше тем.

Дизайн настольной игры на эмоции.(Рис 2-17)

По сравнению с первой обучающей настольной игрой, эта более интересна, и вы можете догадаться о значении письма Сяочжуань по выражению.

Эмоциональное социализированные(Рис 2-18):

Брошь с двумя эмоциями: Не готов общаться и Готов общаться.

Прикрепив брошь к одежде на мероприятии, вы сможете понять, хотите ли вы общаться.

Брошь, которая хочет общаться, цветная, цветовое соответствие основано на четырех цветах, а среди толпы можно выделить прыгающие цвета.

Те, кто не хочет общаться, являются черными и не мешают поиску людей, желающих общаться, поэтому они могут свободно участвовать в мероприятиях, не беспокоясь.

Графика в интерьере(Рис 2-19, Рис 2-20)

Дизайн сувениры:

Круглая ручка.(Рис 2-21, Рис 2-22, Рис 2-23)

футболка с коротким рукавом.(Рис 2-24, Рис 2-25, Рис 2-26, Рис 2-27, Рис 2-28)

Канцелярские принадлежности.(Рис 2-29, Рис 2-30, Рис 2-31, Рис 2-32, Рис 2-33, Рис 2-34)

Выводы

Основываясь на анализе существующих веб-сайтов образовательного обмена, он обобщает альтернативы для создания образовательной платформы и интегрирует китайские элементы в коммуникационную графику платформы образовательного обмена, чтобы повысить интерес.

По разработанной образовательной биржевой платформе «ноль дистанции» осуществлена систематизация и стандартизация всего процесса управления эффективными обменами между Россией и Китаем. В то же время для жителей России и Китая была построена виртуальная среда онлайн-общения. В этой виртуальной среде люди могут прозрачно и открыто получать эффективную информацию и проводить дальнейшее взаимопонимание. Студенты могут общаться друг с другом через эту платформу, тем самым улучшая понимание российской системы обучения и российской жизни, чтобы судить, подходит ли она для обмена и изучения. Он также обеспечивает эффективную основу для будущих трансграничных коммуникационных платформ, экономя много рабочей силы и материальных ресурсов. Эффективная коммуникативная настольная игра также предназначена для разговорного клуба, чтобы жители России и Китая могли наводить темы для лучшего общения во время игр.

Заключение

Исследование в этой статье показывает, что эффективная коммуникация и графика неразделимы. Художественное выражение семиотики в графическом дизайне — это креативный дизайн. В этом творческом мыслительном процессе ценностное значение взаимного объединения семиотики и дисциплин графического дизайна отражает возможность выражения и передачи и обратной связи когнитивных, эстетических и эмоциональных аспектов дизайнерских работ людей. Зрительные образы в разные периоды имеют разную символику, творческое мышление, эстетику, допущения, концепции. Таким образом, наши дизайнеры должны не только сочетать исторические традиции, но и преодолевать рутину и быть смелыми в инновациях, чтобы сформировать наш собственный уникальный язык дизайна и выражение в дизайне. Графический дизайн — это особая форма языка, с его очень обобщенной и простой формой, он показывает богатые и глубокие коннотации. Благодаря своим интуитивным и общим характеристикам он стал для людей важным средством обмена идеями и распространения информации в современном обществе. Он не ограничен языком, письменностью, культурой, национальностью и регионом, и его преимущество заключается в том, что он преодолевает национальные границы и языковые барьеры. Графический дизайн является продуктом культуры. Разные графики не только выражают разные значения, но и показывают разные культурные персонажи. Успешный визуальный дизайн в первую очередь зависит от того, существует ли успешный графический дизайн, что является единодушным мнением современных китайских и зарубежных дизайнерских кругов.

Графический дизайн в Китае должен взять на себя продвижение китайской культуры и в то же время непредвзято изучать превосходную культуру других народов. С точки зрения продвижения прогресса человеческой цивилизации, постоянное создание превосходной графики и содействие развитию современного изобразительного искусства - это обязанность, возложенная временем на современных дизайнеров, и это также должно быть нашим культурным

сознанием. Применение графики к образовательной коммуникационной платформе улучшает и продвигает традиционное единомышленное, открывает пространство для применения новых коммуникативных форм в графическом дизайне, действительно меняет оковы традиционной культуры и открывает новые возможности для онлайн-платформ.

Сложность этого проекта заключается в построении обменов между Россией и Китаем. В итоге я решил сделать китайский Сяочжуань интересным и сделать россиян визуально наглядным и интересным. В глазах китайцев это и интересно и читабельно секс.

На фоне постоянного совершенствования и углубления двусторонних отношений перспективы развития российско-китайских образовательных обменов и сотрудничества выглядят радужными. Поэтому необходима прозрачная и достоверная информация, чтобы связать людей двух стран. Вместо того чтобы быть обманутым другой ложной информацией.

Список литературы

1. Ван Шоучжи. История мирового графического дизайна. //М.: Пекин: Китайская молодежная пресса, 2002. -С.26-28.
2. Ван Сяошэн. Современный дизайн рекламы.//М.: Шанхай: Издательство Фуданьского университета, 2009.-С.8-14.
3. Ван Цян. Ли Юбо. Графические контексты.// .М.: Шанхайский книжный магазин "Саньянь", 2007.-С.5.
4. Е Цзюнь. Графический творческий дизайн.//М.: Huazhong University of Science and Technology Press, 2011.-С.9.
5. Гао Цзиньсуо. Анализ применения китайских иероглифов в дизайне университетских эмблем /Гао Цзиньсуо // .М.: Packaging Engineering. 2007, - С.№4.
6. Го Хунлэй. Разработка корпоративного и брендового имиджа.//М.: Издательство строительной индустрии Китая, 2009.-С.1-11.
7. Го Чжэньшань, Всемирно известные университеты/ Го Чжэньшань, Сюэ Дун//М.: Тяньцзинь: Издательство литературы и искусства Байхуа. 2008.
8. Инь Динбан. Введение в дизайн/Инь Динбан. //М.:Чанша: Hunan Science and Technology Press. 2006.-С.26.
9. Инь Динганг, Графика и значение.// .М.:Hunan Science and Technology Press, 2003.-С.41с.
10. Линьчжи. Графический язык.// .М.:Шанхайское народное художественное издательство, 2009.-С.12-30с.
11. Ли Цзяньсю. Современные университетские идеи и дизайн университетской эмблемы /Ли Цзяньсю.// .М.:Дж. Обзор литературы и искусства. 2006, -С.№ 6.
12. Ли Яньцзу. Исследования в области искусства дизайна.М.:Пекин: Пекинское издательство искусств и ремесел, 1998.
13. Лу Ин. Искусство графического дизайна. // .М.:Пекин: Издательство Народного университета Китая, 2005.
14. Лю Цзяньхуа Медиаизация этнической культуры.// .М.:Юньнаньский университет, 2011.7.1.
15. Ли Лисинь. Теория ценности проектирования. // .М.:China Construction Industry Press, 2011.-С.9-21.
16. Лю Чжэнгай Религия и национальная культура.// .М.:Издательство литературы по общественным наукам, 2013.-С.12-34с.
17. Лян, Нинцзянь. Современная когнитивная психология.// .М.:Шанхай: Шанхайское образовательное издательство, 2003.-С.18-36с.
18. Ляо Цзюнь. Визуальное художественное мышление.// .М.:Издательство "Китайский текстиль", 2013. -С.№ 6-1 (2)
19. Мао Депо. Креативный графический дизайн.// .М.:Издательство Юго-Восточного университета, 2008.-С.5-28с.
20. Ми Сук Е, Ю Янте. Творческий графический дизайн.// .М.:Издательство "Химический процесс", 2014.1.-С.№ 1-2.
21. Панг Яфэй. Эпоха чтения карт.// .М.:Издательство общественных наук Китая.2011.-С.6-15.

22. Пан Чжици, Творческий графический дизайн и метод творческого выражения графического языка // .М.:издательство Университета Дунхуа, 2009.№ 1.
23. Пань Гункай, Лу Фу-шэн. Современный дизайн.// .М.:Шанхай: Шанхайское издательство живописи и каллиграфии, 2000.-С.10-13с
24. Синь Хуацюань.Основы визуальной коммуникации.// .М.:Издательство народного искусства Шэньси .1996 .-С.8-16с
25. Сигэо Фукуда. Переводчик: Ли Хонгуй.Сигэо Фукуда — Графическое значение дизайнерского творчества.// .М.:Издательство Sichuan Fine Arts Publishing House, 2005.-С.15-26с
26. Си Юэлян Введение в художественный дизайн.// .М.:Издательство Университета Цинхуа, 2010.-С.4-16с
27. Сюй Хэнгол. Семиотика дизайна.// .М.:Пекин: Издательство Университета Цинхуа, 2008.
28. Сяо Вэй. Корпоративная идентичность и дизайн визуальной ориентации.// .М.:Издательство Хуачжунского университета науки и технологии, 2011.-С.10.
29. Тао Синь. Веселая беседа в Гарварде/Тао Синь.//.М.:Всемирная информация об образовании. 2004. -С.№6.
30. Тянь Чжибин. История китайского искусства и ремесел. Пересмотренное издание.//.М.:Восточный издательский центр, 2010. -С.№4 (2).
31. Хуан Ситин, Психология потребления.//.М.: Издательство Восточно-китайского педагогического университета, 2012.-С.8.
32. Ху Жуаньлинь. Некоторые вопросы современных семиотических исследований.//.М.:Фуцзяньский иностранный язык. 1999.-С.34-40.
33. Хэ Фанг. Дизайн логотипа / Хэ Фанг.//.М.:Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press.2006.-С.25.
34. Цзинь Дицян. Китайский графический дизайн.//.М.:Шанхай: Шанхайское издательство литературы и искусства, 2000.-С.10-21.
35. Цзинь Яоцзи. Идея университета /Цзинь Яоцзи.//.М.:Пекин:Книжный магазин Синьчжи Санлянь. 2001.
36. Цзинь Тайцян. Практика дизайна визуальных коммуникаций.//.М.:Издательство Пекинского университета, 2015.-С.7.
37. Цзи Тие, Ли Тяньань. Обзор современного графического дизайна // .М.:Издательство высшего образования, 2008.-С.6.
38. Цянь Динпин. Культурная история логотипа.//.М.:Пекин: издательство Синьсин,2005.
39. Цянь Чжу . Выдающиеся символы мира, серия I.//.М.:Журнал "Искусство и дизайн" .2002.-С.8.
40. Чжан Гуолян. Принципы коммуникации.//.М.:Шанхай: Издательство Фуданьского университета, 2009.
41. Чжан Минг. Визуальная когнитивная психология // .М.:Шанхай: Издательство Восточно-Китайского нормального университета, 1991.
42. Чжан Х, Го Янюань. Психология дизайна.//.М.: Издательство Хуачжунского университета науки и технологии, 2012.-С.11.

-
43. Чжоу Сянь. Поворот визуальной культуры.//.М.:Пекин: Издательство Пекинского университета, 2008.-С.25-30.
 44. Чжоу Сюй. Использование семиотики в графическом дизайне рекламы.//.М.: Искусство и дизайн. 2006 .
 45. Чжу Чанчао. Творческое мышление.//.М.:Харбин: Хэйлунцзянское народное издательство, 2000.-С.20-24.
 46. Чжу Цзяньцян. Идентификация и коммуникация образа бренда.//.М.:Издательство Сямэньского университета, 2010.-С.9-19.
 47. Чэнь Юаньчуань. Дизайн китайских элементов .//.М.:China Construction Industry Press 2013.-С.3.
 48. Чэнь Янь. Семиотические методы в массовой коммуникации. //М.:Международная журналистика. 2000.-С.23-30.
 49. Гурулева Т.Л. Система образования Китайской Народной Республики и российско-китайское образовательное сотрудничество. М.: Восточная книга.2018..С.316-328
 50. Юй Пэйцзе. О красоте форм искусства.//.М.:Шанхай: Издательство Восточно-Китайского нормального университета, 1990.-С.5-10.
 51. Ян Дунпин. Дух университета .//.М.: [М. : Издательство Венхуэй], Шанхай: 2003.-С.14-20.
 52. Ян Сяньи. Исследование китайского и зарубежного искусства и дизайна.//.М.:Ухань: Издательство "Чунвэнь шуцзи", 2002.-С.8-10.
- Литература на английском языке:**
53. Alex Simonson. Marketing Aesthetics. Free Press.2009
 54. Arthur Asa Berger. Seeing is Believing: An Introduction to Visual Communication[M].Mayfield Publishing Company, 1998
 55. Bob Gill. Graphic Design as a Second Language[M], Victoria: Images Publishing Group.2003
 56. Don Norman. The Design Of Everyday Things. Basic Books; Revised Edition.2013
 57. Eric Karjaluoto. Design Method, The: A Philosophy and Process for Functional Visual Communication (Voices That Matter). New Riders; first edition .2013
 58. Gombrich, E. H. The sense of order : a study in the psychology of decorative art. Ithaca, N. Y. : Cornell University Press.1984
 59. Guibernau M. "National identity and modernity", in A.Dieckhoff & N. Gutierrez (eds.), Modern Roots:Studies of National Identity, Aldershot:Ashgate Publishing Limited, 2001. p.76.
 60. G. W. F. Hegel. T. M. Knox. Hegel's Aesthetics: Lectures on Fine Art, Vol. I.Oxford University Press; First Reprint Edition .1998. p.14.
 61. Judith Wilde, Richard Wilde, Visual Literacy: A Conceptual Approach to Graphic Problem Solving. [M] Watson-Guptill; First Edition .2000. p.36.
 62. Kenya Hara ,Designing Design, Lars Müller Publishers, 2007
 63. Maurice de Saumarez. Basic Design: The Dynamics of Visual Form.[M] A&C Black. Version 2.2007. p.42.
 64. Nick Mahon. Basics Advertising 03: Ideation. AVA Publishing; Illustrated .2011

-
65. Norton B. & Toohey K. "Identity and Language Learning". in Kaplan R.B. (ed.). The Oxford Handbook of Applied Linguistics, New York, NY: Oxford University Press, 2002. p.121.
 66. Paul P. Messaris. Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising.[M] SAGE Publications, Inc; First Edition..1996.
 67. Pellegrino, A. V. "Study Abroad and Second Language Use: Constructing the Self". Cambridge: Cambridge University Press. 2005. p.68
 68. Ray Kurzweil. How to Create Minds.[M] Viking Penguin.2013.
 69. Robert Clay. Beautiful Thing: An Introduction to Design. Berg Publishers .2009
 70. Robin Williams. Non-Designer's Design Book.Peachpit Press; fourth edition.2014
 71. Roger Fry Vision and Design .Dover Publications. 2011.p.26-32.
 72. Rudolph Arnheim. Art and Visual Perception [M]. University of California; Revised Edition Fourth Printing, 1969.
 73. Rudolph Arnheim.Visual Thinking[M].University of California Press; Second Edition, Thirty-Fifth Anniversary Printing.2004.
 74. Susanne K. Langer. Problems of Art[M]. Charles Scribner's Sons, 1957.
 75. Timothy Samara. Design Elements: A Graphic Style Manual.Rockport Publishers; First Edition.2000.p.10-26.
 76. Umberto Eco.A Theory of Semiotics .Indiana University Press; First Edition.1978

Академические журналы :

77. Арефьев А.Л.. Любская.К.А. Российские студенты в Китай//Демоскол Weekly. 2017. 7015-716. С.17.
78. Арефьев А.Л. Тенденции в обучении граждан КНР в российских вузах. М.: Центр социального прогнозирования,2006. С.26.
79. Лю Нянь. Исследование коммуникации визуальных символов в дизайне печатной рекламы[J].Современное оформление (теория), 2015,02:85-86.
80. Е Цзинцзе. Картография городского дизайна [D]. Сианьский университет архитектуры и технологии, 2013.
81. Синь Вэй. Исследование применения древних эмблематических визуальных символов в современном коммерческом пространстве[D]. Университет Донхуа, 2014.
82. Цуй Фуронг. Исследование взаимосвязи между макетом и визуальными привычками человека в графическом дизайне[D]. Шаньдунский колледж легкой промышленности, 2012.
83. Фан Вэнь. Исследование творческого выражения китайской печатной рекламы в условиях визуальной культуры [D]. Хайнаньский университет, 2012.]
84. Лю Цзюнь. Направление развития современного графического дизайна от тенденции "размывания краев" в графическом дизайне[D]. Шанхайский нормальный университет, 2012.
85. Ли Яньнань. Исследование фестивальной тематики витрин брендов одежды на основе семиотики [D]. Чжэцзянский технологический университет, 2014.]
86. Цзан Руй. Исследование использования символов традиционной культуры в области дизайна логотипа [D]. Цзяннаньский университет, 2009.]

электронный ресурс:

-
87. “В 2015 году в России будет учиться еще больше китайских студентов”,
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации:
<https://www.5top100.ru/news/12982/>
88. Положение о зачислении иностранных студентов с «Сертификатом о знании
китайского языка», Министерство образования Китайской Народной
Республики, 26 декабря 1995 г .
http://www.moe.gov.cn/srcsite/A02/s5911/moe_621/199512/t19951226_81899.html
(\$|AIL|10]:202142A19E)

Приложение 1

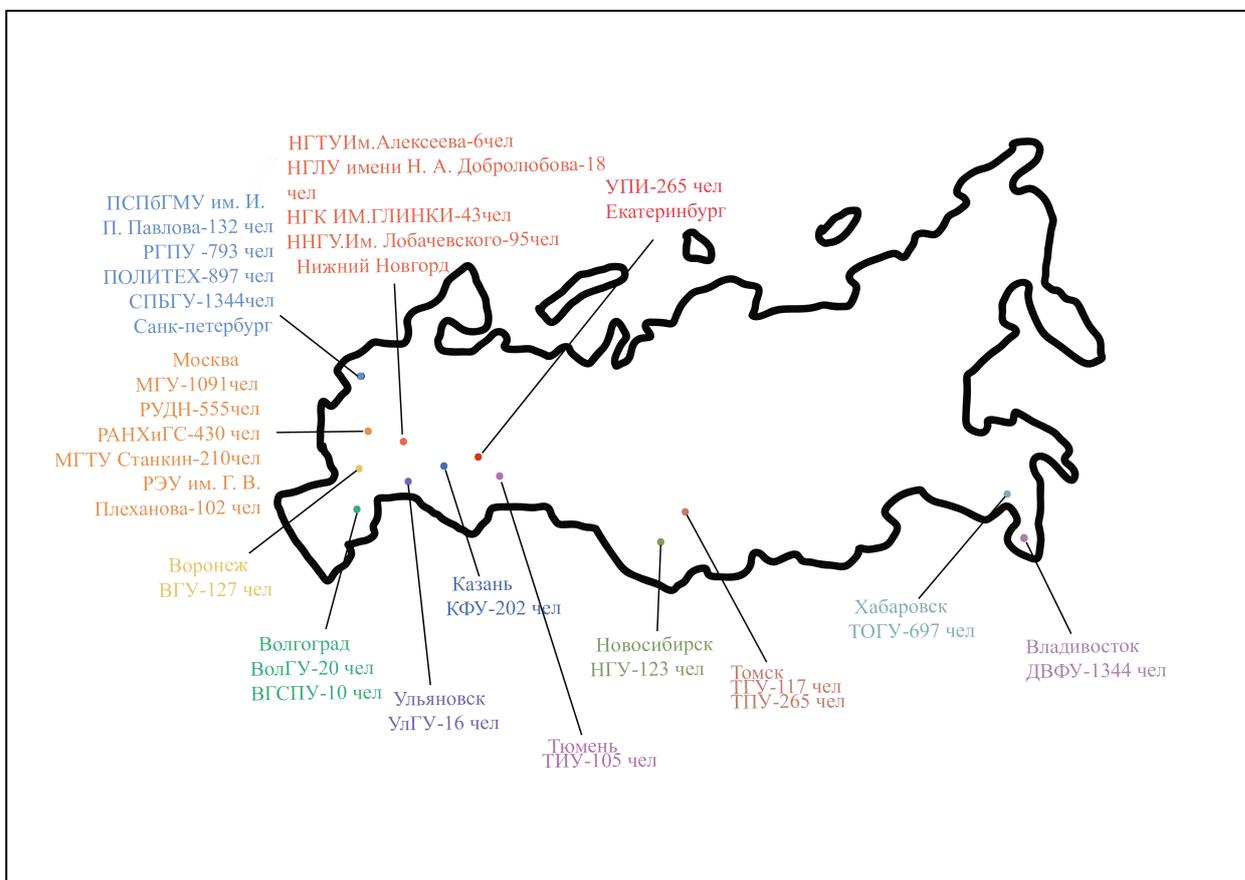


Таблица 1. География обучения китайских студентов в России

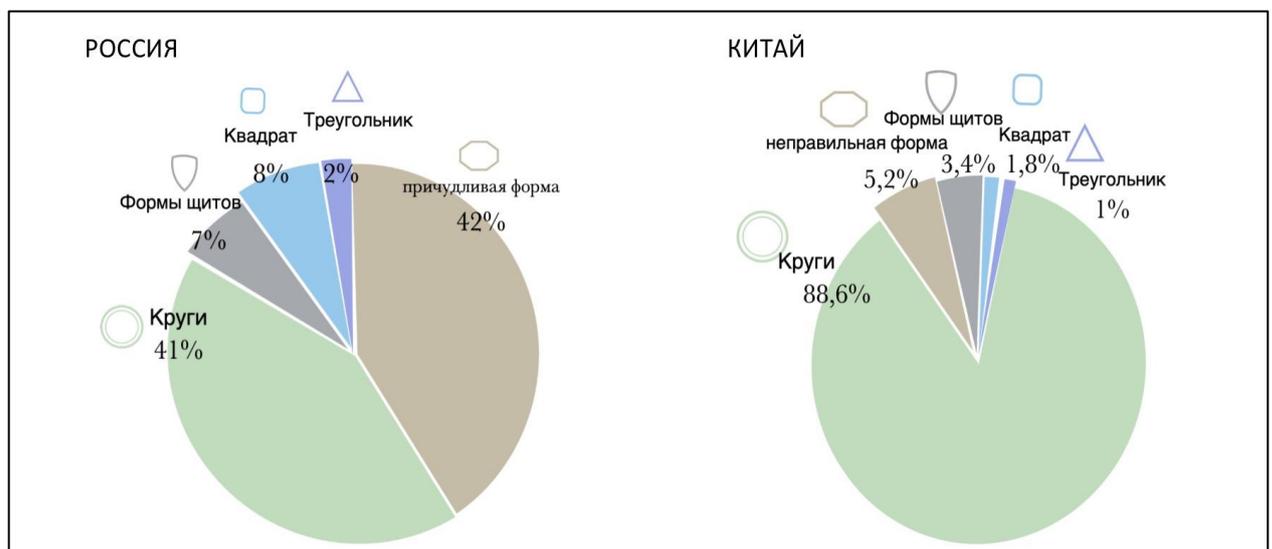
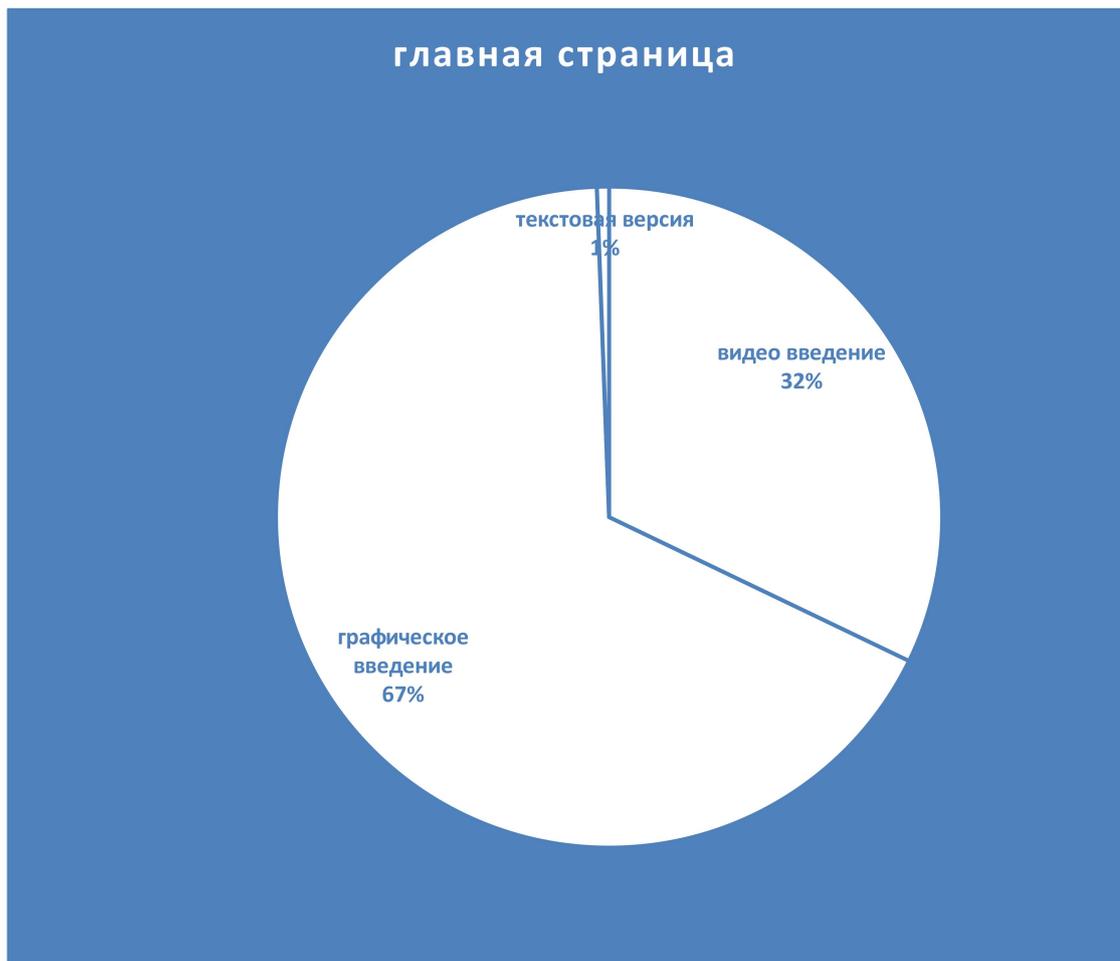


Таблица 2.Различия в лого университетов России и Китая



**Таблица 3. Анализ видов образовательного дизайна в 25 колледжах
дизайна**



Таблица 4. Анализ структуры образовательной платформы 25 школ дизайна

Название	Функция	+	Полезно
National higher school of industrial creation (Национальная высшая школа промышленного творчества)	Анимация значков и интересные границы панели навигации.	Увеличите творческий потенциал, одновременно увеличивая удовольствие.	Динамические значки добавляют веселья
Strate école de design (Стратегическая школа дизайна)	На сайте есть всплывающие окна для загрузки брошюр для разных кампусов и форм заявок для разных кампусов.	Студентам удобно разбираться в конкретной ситуации.	Загрузка руководства пользователя увеличивает понимание
Domusacademy (Домус Академия)	На сайте есть всплывающие окна, где вы можете напрямую отправлять электронные письма, задавать вопросы в Интернете, звонить по телефону или связываться через WhatsApp.	Удобно получить контактную информацию и быстро связаться с университетом.	Быстрый контакт для увеличения скорости консультации
Design Academy Eindhoven (Академия дизайна Эйндховена)	Домашняя страница представляет собой чистый текст, чтобы помочь покупателям найти свои собственные цели с помощью кратких вопросов.	Режим краткого опроса позволяет аудитории быстро найти свои потребности.	Панель навигации в стиле вопросов позволит пользователям более непосредственно решать свои собственные потребности и улучшить потребности в чтении.
YALE SCHOOL OF ART (ИЕЛЬСКАЯ ШКОЛА ИСКУССТВ)	Все члены академического сообщества могут свободно редактировать, добавлять новый контент и редактировать существующий контент, а также могут изменять цвет фона макета типографики и т. д.	Повышайте интерес и творческий потенциал студентов колледжей и овладение мастерством написания веб-сайтов.	
University Arts London (Университет искусств Лондона)	На странице студенческого чата вы можете выбрать студентов колледжа, с которыми хотите пообщаться, в зависимости от специальности и страны.	Можете проконсультироваться со студентами из той же страны, чтобы понять	Помимо возможности общаться со студентами колледжа онлайн, пользователи захотят увидеть реальную жизнь кампуса.
Royal College of Art (Королевский колледж искусства)	Существует всплывающее окно, в котором вы можете выбрать чат со студентами колледжа. На этой странице вы также можете узнать о студентах колледжа, рассказывающих о своей жизни в колледже.	Общайтесь со студентами, знакомьтесь со студенческой жизнью в кампусе.	
Tisch School of the Arts (Школа искусств Тиш)	Он отображается на странице в виде прокрутки небольшой рамки, при этом фоновое изображение будет меняться.	Визуальный, интерактивный смысл будет сильнее меняться.	Динамическая навигация делает чтение увлекательным и увлекательным
Pratt Institute(Институт Пратта)	Динамическая навигация треугольников, соединенных линиями, продолжает вращаться, как неправильный круг.	Динамическая навигация заставляет аудиторию чувствовать себя лучше и повышает интерактивность.	
UIC College of Architecture, Design, and the Art (Колледж архитектуры, дизайна и искусства UIC)	Большая текстовая панель навигации, которая будет менять картинку в соответствии с текстом.	Четкая и понятная интерактивная графика	Четкая, понятная интерактивная графика делает платформу легко читаемой.
UCLA Design Media Arts Broad Art Center	Макет сайта представляет собой промолвившую небольшую рекламу, каждая из которых индивидуальна, но связана между собой.	Просматриваем ость высокая, информация полная.	

Таблица 5. Для анализа нами было отобрано 12 образовательных платформ из 25 рассмотренных вариантов.

Приложение 2

Абитуриент	Студент	Выпускник
Исследование общих учебных программ, аудитории	Ссылки на предметы	Работа
Справочная информация о занятиях, которые будут проводиться	Выбор руководителя	Обмен опытом со студентами
Сложности коммуникации в обучении	Задания для конкретного курса	Вакансии для выпускников
Примерное количество уроков в день	Вопросы по защите дипломных работ	
Жизнь (быт китайский)	Возможности трудоустройства по окончании учёбы в университете	
Погода в России		
Цена товаров в России.		
Окружающая среда и расположение общежития.		
На какую сумму вам нужно жить каждый месяц		
Есть ли в университете столовая?		
Медицинские учреждения.		
Жилье		
Путешествия		

Таблица 2-1. Потребности пользователя

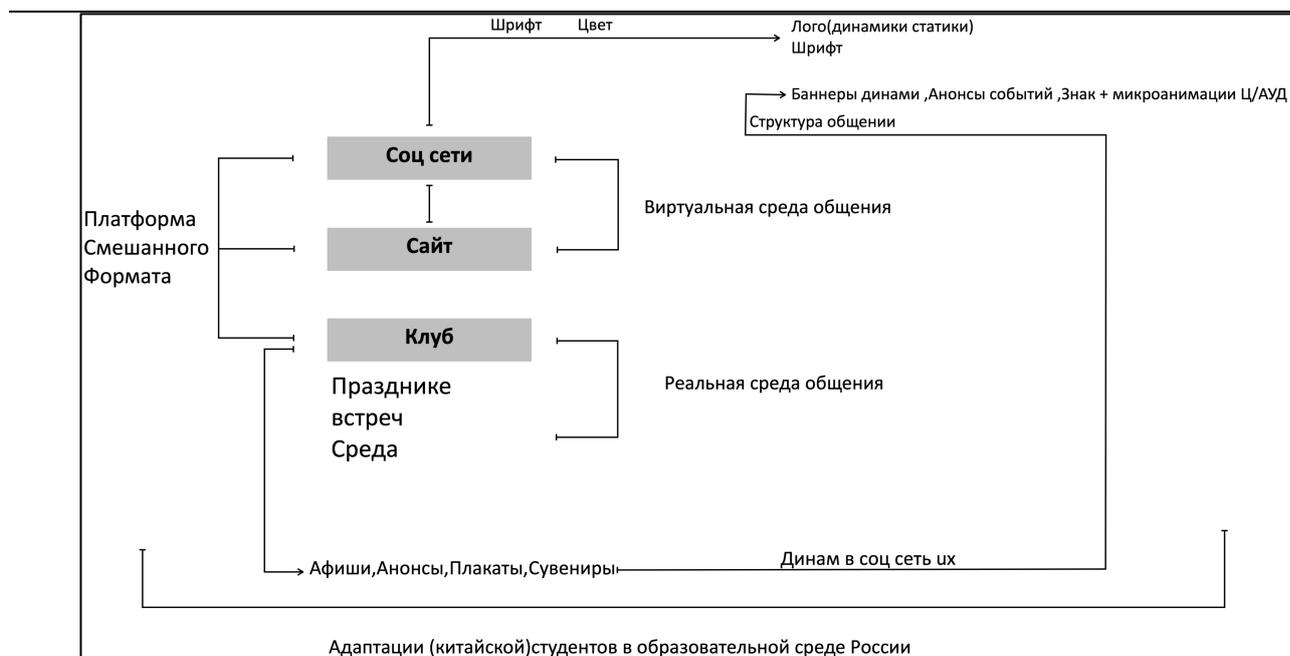


Таблица 2-2.Общая структура платформы смешанного формата



Таблица 2-3.Онлайн-платформа структура

СОЦ СЕТИ	Сообщества в вк (Россия)		
	Группа в WeChat (Китай)		
		Название	НОЛЬ ДИСТАНЦИИ(零距离)
		Цвет	
	Логотип	Шрифт	
		Использование сайта	
	Эмоции		
		Эмоциональный социальный	
		Анимированная навигация	

Таблица 2-4. Соц Сети



Рис 2-5. Дизайн логотипа



Рис 2-6. Дизайн паттерн

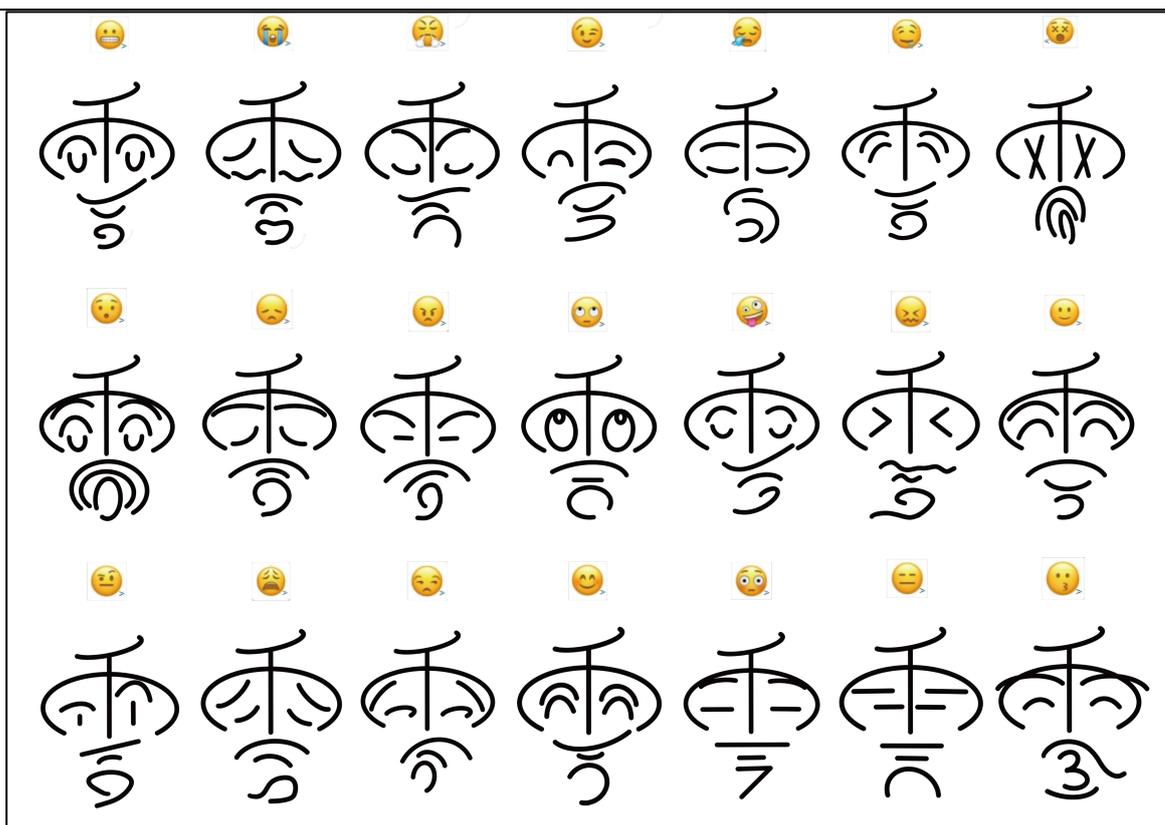


Рис 2 -7.Разработка знаков эмоций



Рис 2 - 8.ИДЕЯ АНИМИРОВАННАЯ НАВИГАЦИЯ

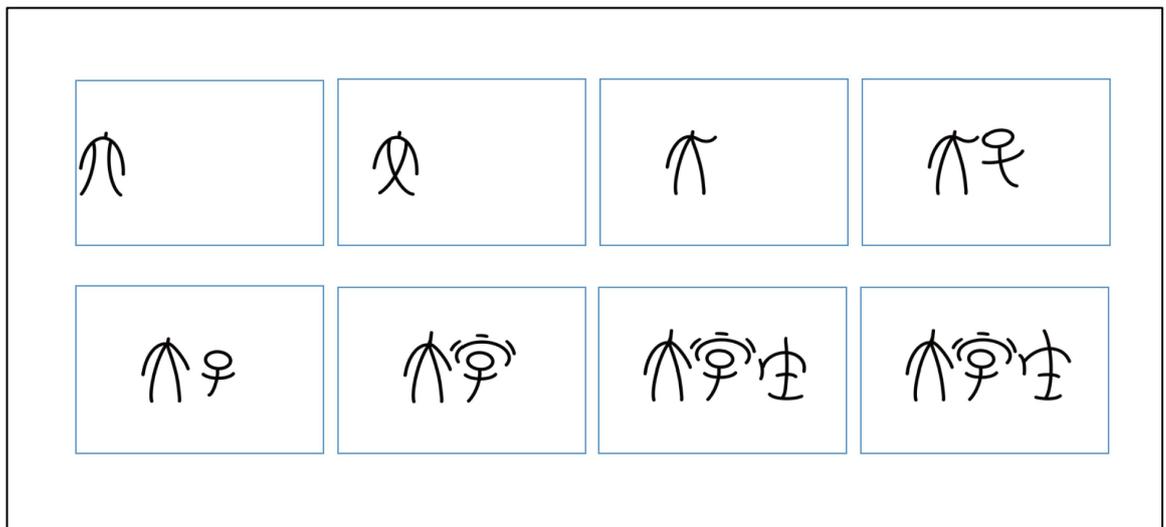


Рис 2 - 9.Идея анимированная навигации

MAGPIES

 × MAGPIES

НОЛЬ ДИСТАНЦИИ
ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОБЩЕНИЯ

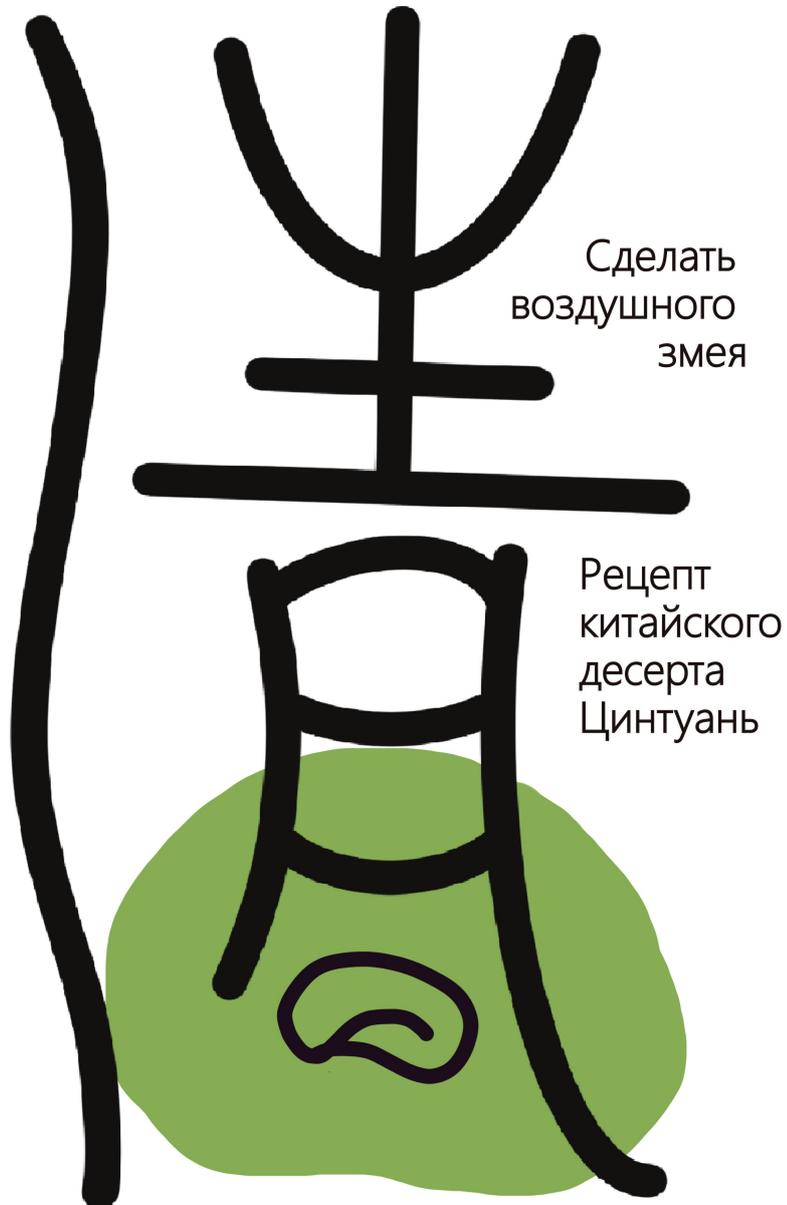
Рис 2 - 10. Логотип единства работы



Рис 2 - 11. Тематические плакаты - Китайский Новый год

НОЛЬ ДИСТАНЦИИ
ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОБЩЕНИЯ

x MAGPIES



ЦИНМИН

С 19:00 до 21:00 04 Апрель 2024

Адрес : улица Мира, 5, Санкт-Петербург

Рис 2 - 12. Тематические плакаты - Праздник Цинмин

НОЛЬ ДИСТАНЦИИ
ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОБЩЕНИЯ

x MAGPIES



Смотреть
гонки
лодок-драконов

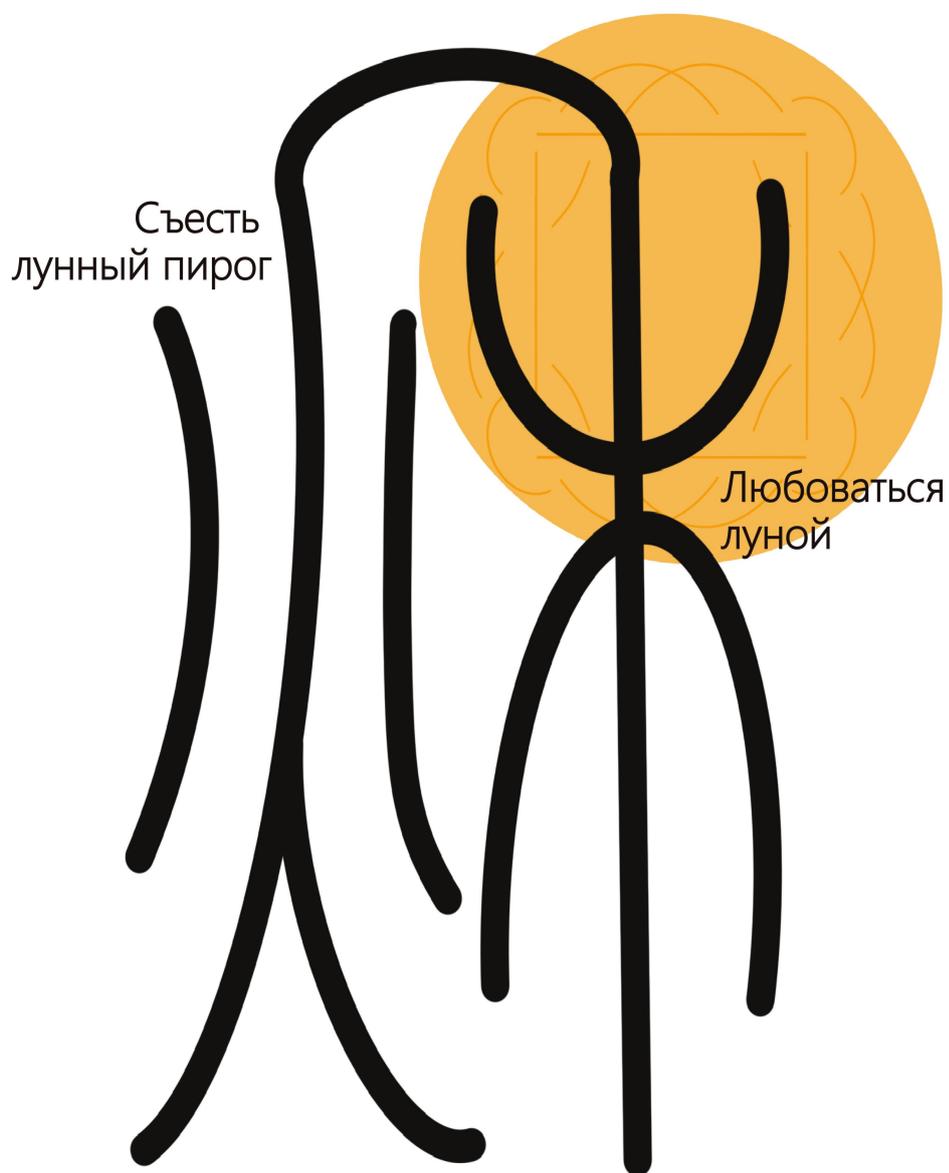
Научиться
делать
цзунцзы

Драконьих лодок

С 19:00 до 21:00 10 Июнь 2024

Адрес : улица Мира, 5, Санкт-Петербург

Рис 2 - 13. Тематические плакаты - Праздник драконьих лодок



Середины осени

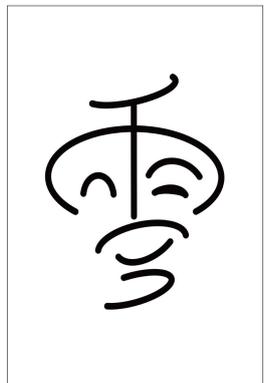
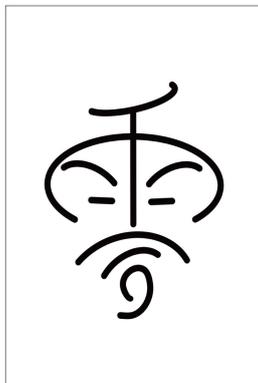
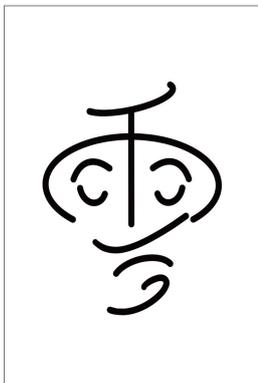
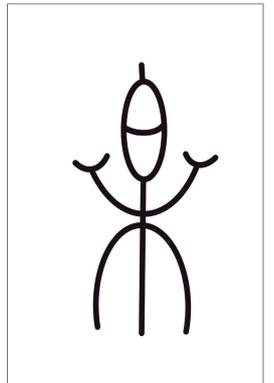
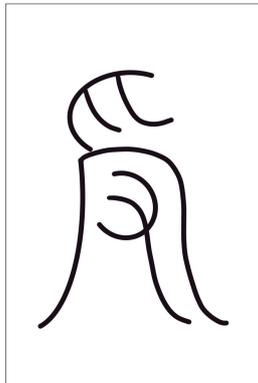
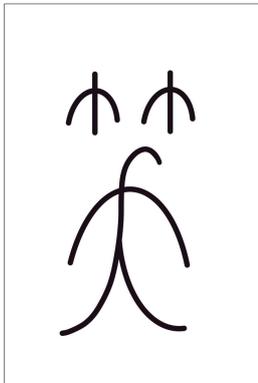
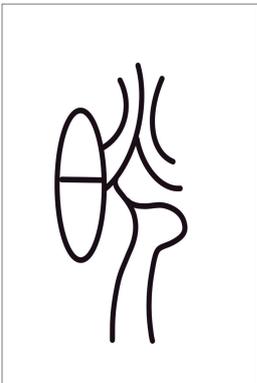
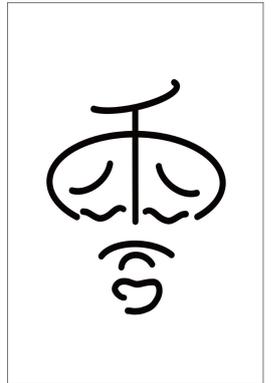
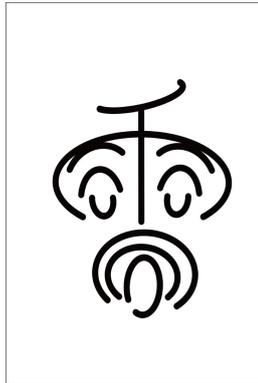
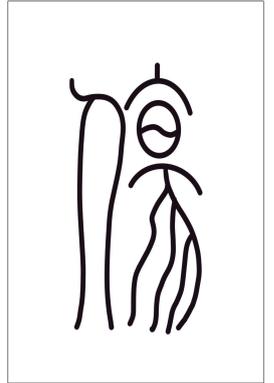
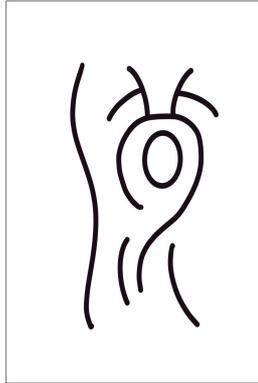
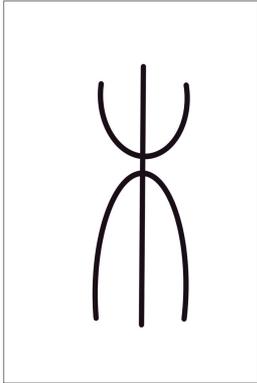
С 19:00 до 21:00 17 Сентябрь 2024

Адрес : улица Мира, 5, Санкт-Петербург

Рис 2 - 14. Тематические плакаты-Праздник середины осени



Рис 2 - 15.Настольная игра



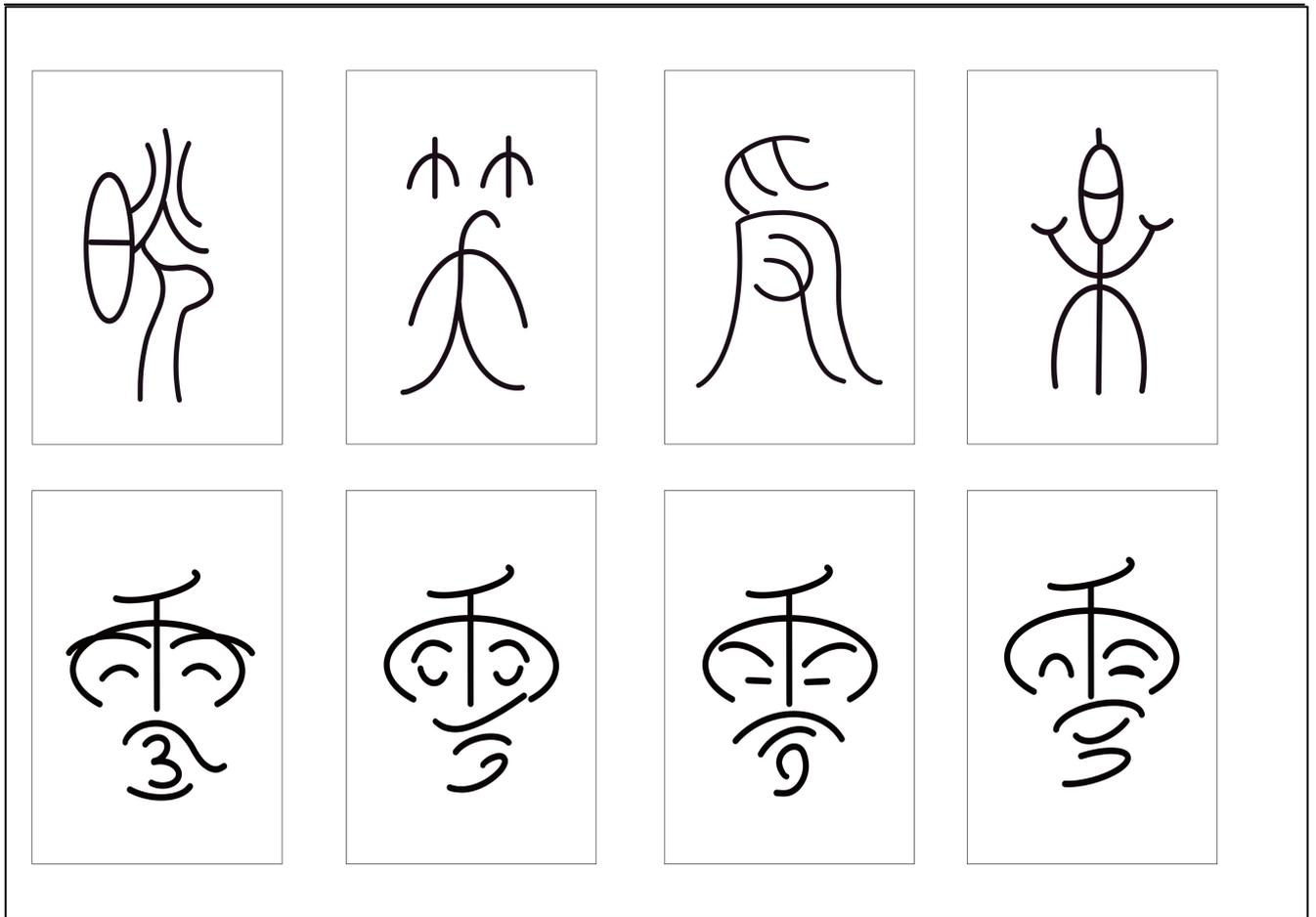
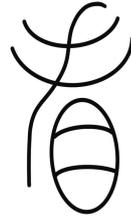


Рис 2 - 16.Настольная игра-Тема эмодзи



写

xīě
писать

说

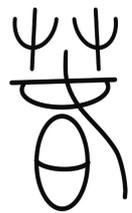
shuō
говорить

看

kàn
смотреть

听

tīng
слушать



秋

qiū
осень

冬

xià
зима

夏

xià
лето

春

chūn
весна

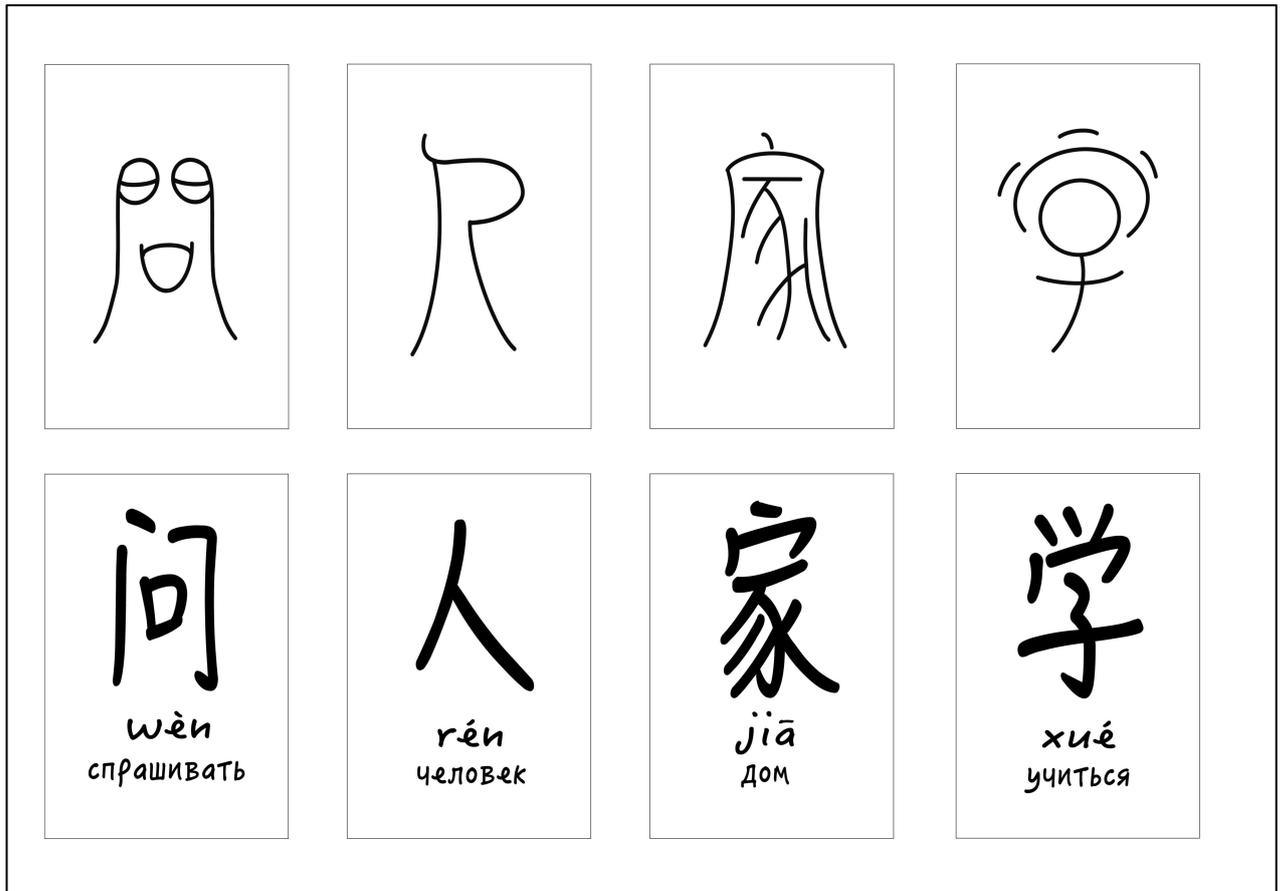


Рис 2 - 17. Настольная игра-Учиться

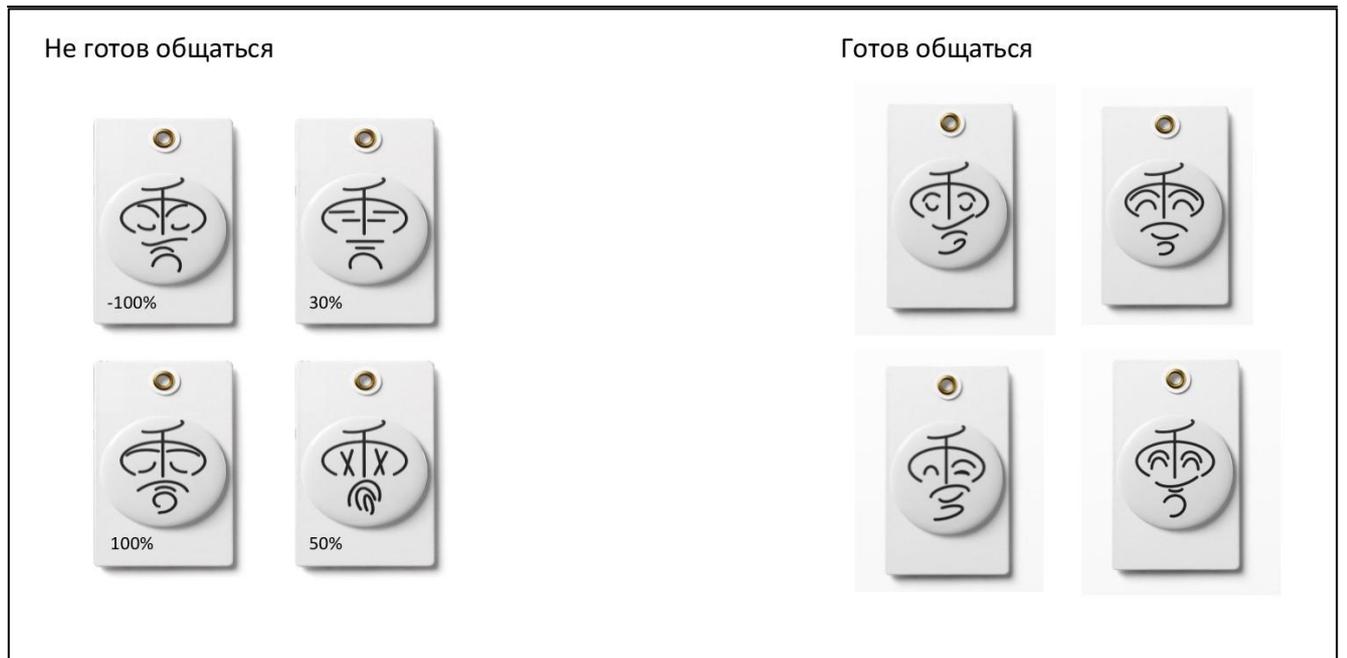


Рис 2 - 18. Эмоциональный социальный



Рис 2 - 19.Графика в интерьере

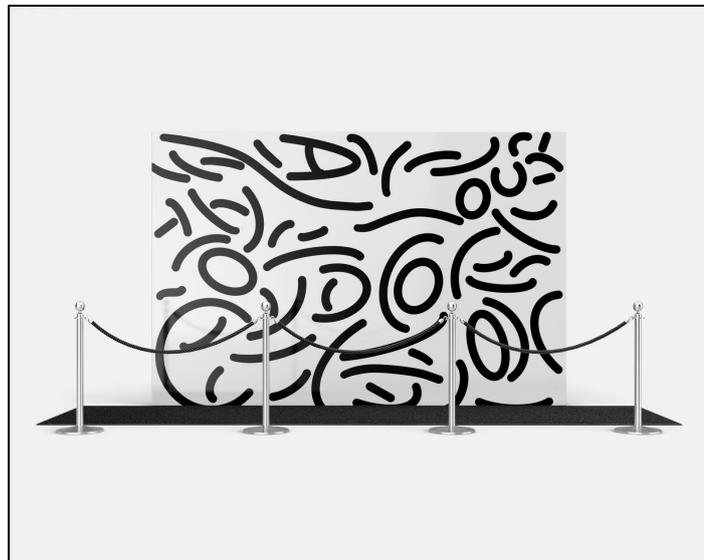


Рис 2 - 20.Графика в интерьере



Рис 2 - 21.Сувениры- Круглая ручка.



Рис 2 - 22.Сувениры- Круглая ручка.



Рис 2 - 23.Сувениры- Круглая ручка.



Рис 2 - 24.Сувениры- футболка с коротким рукавом.



Рис 2 - 25.Сувениры- футболка с коротким рукавом.



Рис 2 - 26. Сувениры- футболка с коротким рукавом.



Рис 2 - 27.Сувениры- футболка с коротким рукавом.



Рис 2 - 28.Сувениры- футболка с коротким рукавом.

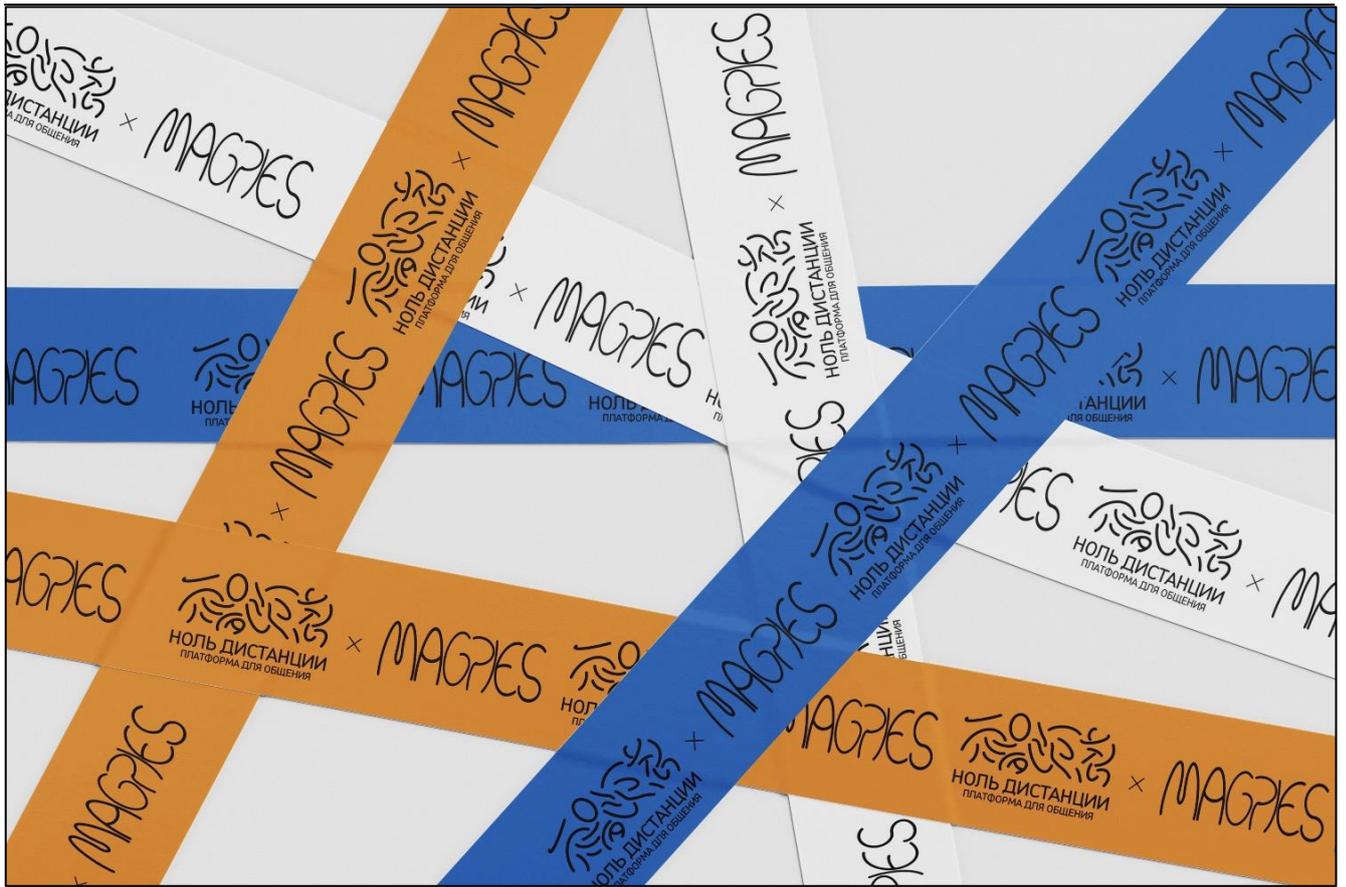


Рис 2 - 29.Сувениры- Канцелярские принадлежности-Скточ.



Рис 2 - 30.Сувениры- Канцелярские принадлежности-Тетрадь.



Рис 2 - 31.Сувениры- Канцелярские принадлежности-Тетрадь.

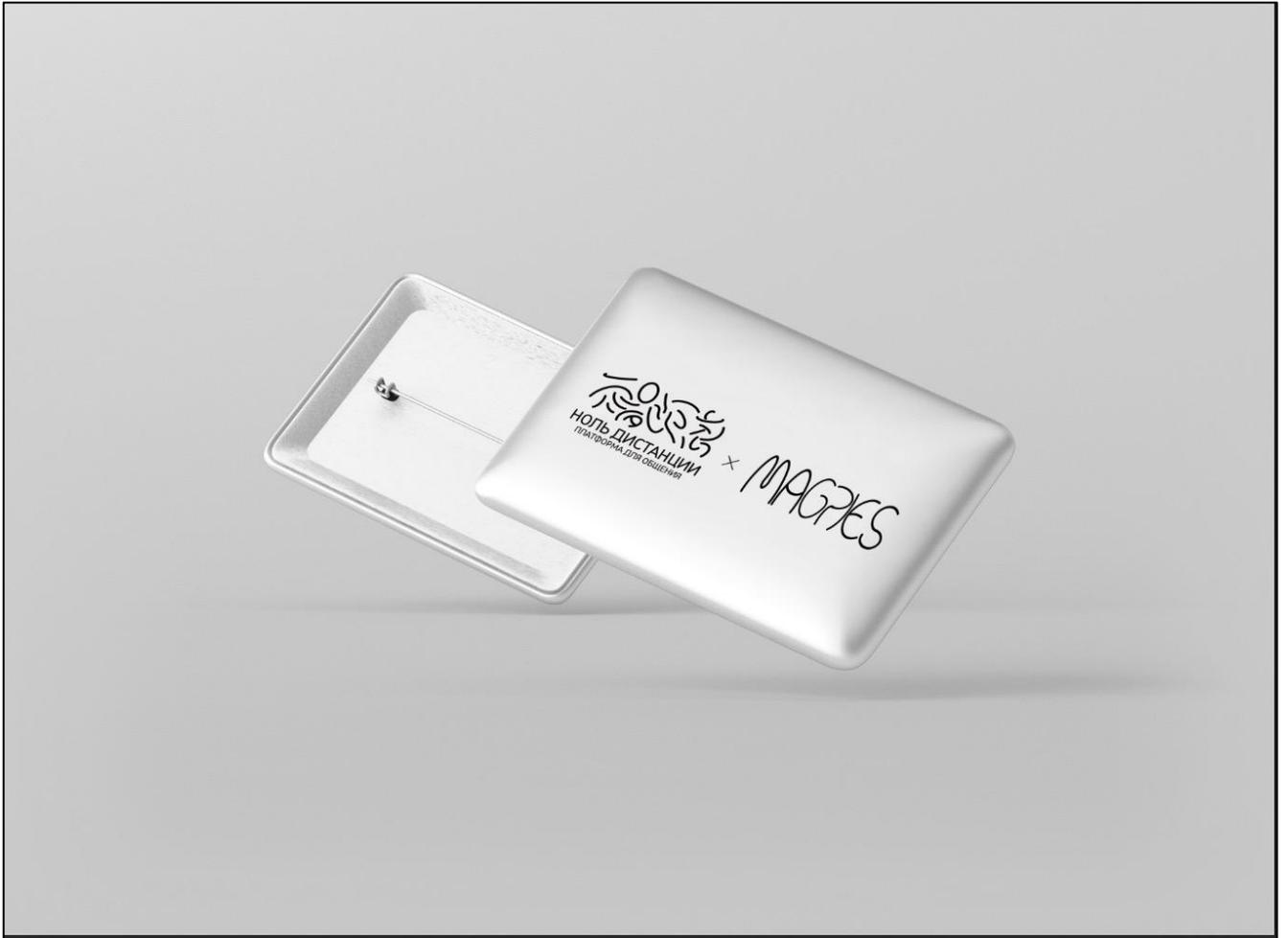


Рис 2 - 32. Сувениры - Канцелярские принадлежности - Брошка.



Рис 2 - 33.Сувениры- Канцелярские принадлежности-Флажок

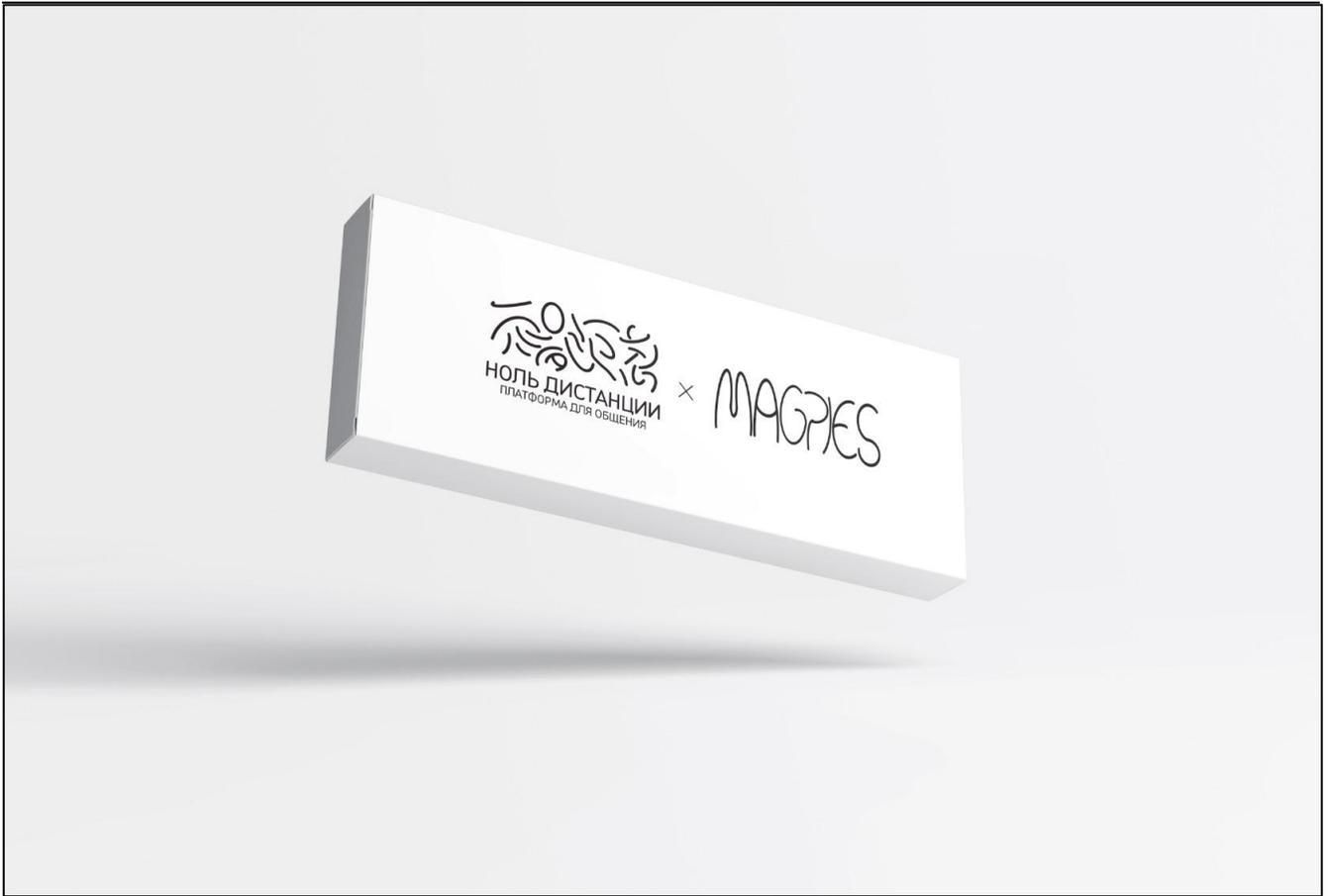


Рис 2 - 34. Сувениры - Канцелярские принадлежности - Флажок