



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

болады. Студент университетті бітіргеннен кейін кәсіпке жұмысқа орналасқан соң, көптеген жағдайлары бойынша хабары жоқ немесе сабақта мүлдем басқаша жасағандығы жиі кездеседі. Яғни осы жерде теория мен практиканың алшақтығын көреміз. Олай болмас үшін білім беру кезінде мұғаліммен кейс-стади сияқты әдістер қолданылған жөн. Мысал ретінде дизайнер өмірінде әрдайым кездесетін – тапсырыс беруші. Біріншіден оның қандай адам, кім болып жұмыс істейді жеке талғамдары мен жалпы психологиясы жан-жақты сипатталып берілсе, екіншіден жұмыс істейтін объект, егер дизайн интерьері болса, онда қай қалада орналасқан пәтер, терезелері қай жаққа шығады, қанша бөлме, кім тұрады және тағы солай сияқты сипаттама берілсе, дизайнер алдында белгілі-бір шынайы жағдай туындайды. Оны шешу барысында студент көптеген іздемпаздық, интеллектуалдық дағдыларын қолданады және ары қарай дамытады. Бұндай сипаттамалар дизайнерге өте пайдалы және оқу бітіргеннен соң оның тапсырыс берушімен оңай жұмыс істей алатындай едәуір тәжірибесі болады.

Әдістер өте көп және шексіз болып келеді. Осыдан келіп студенттердің оқу-танымдық белсенділігін қалыптастыруда, әдісті таңдап алу күрделі әрі қиын процесс деп айтуға болады. Бірақ оқытушы білім беру әдісін таңдап алуда басшылыққа, студенттердің өздігінен білімді игеру мен оқу практикалық даярлығын қалыптастыруға бағытталса, студент жеке тұлғалық ерекшелігін, ашық шығармашылығын дамытатын әлеуетті оқу-танымдық ерекше қасиетін, зерттеушілік іздемпаз іс-әрекетке бағыттайтын, ғылымды берудің спецификалық таным әдістерін, жеке дара психологиялық даму ерекшелігін, кәсіби даярлық деңгейін өмірлік іс-тәжірибесін қалыптастыра алады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Подласый И.П. Педагогика. Кн.1.-Москва, 2000
2. Д.О. Лордкипанидзе. Принципы, организация и методы обучения [Текст] / проф. Д.О. Лордкипанидзе. - 2-е изд. - Москва : Учпедгиз, 1957. - 172 б.
3. Мынбаева А.К., Садвакасова З.М. Инновационные методы обучения или Как интересно преподать. Алматы, 2009 - С.341Ресми сайт [Электронды ресурс]: Astana Solar. – URL: <http://astanasolar.kz/ru/news/astana-solar-zaklyuchili-kontrakt-na-postavku-2-mvt-fotoelektricheskikh-moduley-dlya-solnechnoy> (сілтеме жасау күні 22.03.2017 г.)
4. Соловьёв Ю. Б. // Струнино – Тихорецк М.: Советская энциклопедия, 1976. – (Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров ; 1969–1978, 25 б.).
5. Dewey, John (1897) My Pedagogic Creed School Journal vol. 54 (January 1897), б. 77-80. [Электрондық ресурс]. Available at: <http://dewey.pragmatism.org/creed.htm>, free.
6. Okan,Z. (2003). Edutainment: Is learning at risk [Текст] / British Journal of education technology, vol. 34, no. 4, б. 255 – 264.
7. З.Ю. Юлдашев, Инновационные методы обучения : особенности кейс-стади метода обучения и пути его практического использования : учебное пособие / З. Ю.Юлдашев, Ш.И. Бобохужаев – Ташкент : IQTISOD-MOLIYA, 2006. – б. 88

УДК 7.045

МЕТАФОРЫ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ДИЗАЙНЕ

Саринжапова Меруерт Ерлановна

sarinzhapova@list.ru

Студентка 2 курса кафедры «Дизайн и инженерная графика»

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан,

Ералы Эльмира Әнуарбекқызы

el_murasy@mail.ru

Преподаватель кафедры «Дизайн и инженерная графика»

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

В каждом развитом языке существует раздел выражений и слов, которые используются для употребления их в другом значении. Возникает это для большей выразительности, для более полного отражения смыслового кода восприятия. В языкознании объединение слов и выражений называют тропами, что от греческого обозначает как поворот, оборот, образ. К таким видам троп относятся метафоры, метонимии, эпитеты и другие. Однако на языке дизайна существует целый раздел, который играет в целом аналогичную роль и несет в себе похожие функции и это – метафора [1].

Термин «метафора» и его первое определение принадлежит Аристотелю: «Переносное слово (*metaphora*) – это несвойственное имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на род, или с вида на вид, или по аналогии» [2].

Метафоры – это прием, который поможет людям понять абстрактное содержание дизайн идеи, которые они могут вызвать у них знакомые ощущения, привлечь внимание и мотивировать к действиям. Мы используем метафоры и в дизайне, и в речи, так же используем их, чтобы назначать вещам понятное нам значение. Метафоры делают дизайн интуитивным. Если дизайн основан на изображении осязаемых и реальных предметов, людям проще его понять. Например, впечатления хранятся в памяти дольше, чем любая другая информация, поэтому, вы можете не запомнить, сколько стоила книга, но запомните, что она была очень интересной [3].

Для того чтобы понять смысл метафор, можно разобрать аналогии. Метафора и аналогия между собой тесно связанные понятия, только важно осознавать, в чем же различие между двумя схожими значениями. Понимание сути этих приемов поможет определить, в каких ситуациях лучше применять метафоры, а в каких – аналогии.

Аналогия – это сравнение двух понятий, между которыми есть некоторые сходства. Главное отличие аналогии от метафоры в том, что метафора передает нас к понятию из другой категории, то есть показывает знакомое в новом свете. Люди проводят аналогии постоянно, ведь это естественный для нас способ познания мира, а так же аналогии позволяют нам увидеть знакомые предметы и явления в новом свете [4].

Суть метафоры состоит в том, чтобы использовать какое-то понятие из другого семантического поля для обозначения того, что вы реализуете в дизайне. Превращаете незнакомое в знакомое. Эмоции сделают ваш дизайн привлекательным, более эффективным, приятным и запоминающимся для людей. С помощью метафоры вы можете легко объяснить любую идею, проассоциировав ее с предметом реального мира.

Простые примеры метафор: кнопка включения какого-то прибора. Метафоры всегда подсказывают интересные идеи. И если вы соединяете свои идеи с предметами из реального мира, людям будет очень легко пользоваться вашим дизайном.

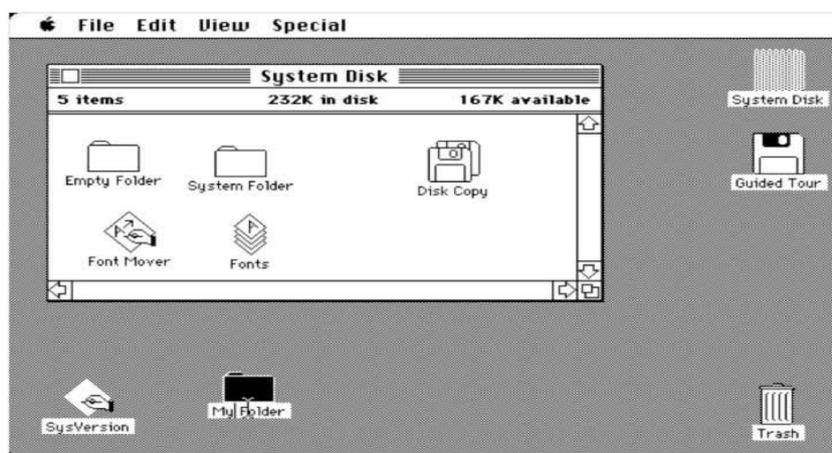


Рисунок – 1. Первый графический пользовательский интерфейс рабочего стола на Mac OS 1977 года

Так же можно рассмотреть пример из компьютерных интерфейсов, где мы нажимая на иконку «лупа» не воспринимаем ее как таковую, а обозначаем ее как «увеличитель». Все пользователи компьютерных интерфейсов видели эти картинки множество раз. Даже если значки на интерфейсе не подписаны, мы понимаем, что они означают, так как метафоры могут показать незнакомые понятия в конкретных условиях.



Рисунок – 2. Примеры обозначений иконками

Влияние на подсознание с помощью символов и метафор – это оптимальный способ достичь и удерживать внимание аудитории. Метафорические логотипы могут расширить информацию, так же как и символические, но они идут на один шаг дальше, связывая различные понятия. Это помогает направить воздействие на конкретные группы клиентов и добавляет интерес к дизайну путем создания отношений, которые становятся неожиданными или необычными. Такие логотипы можно сделать по-настоящему незабываемыми.

Одним из ярких примеров является логотип Elefont, там были использованы все возможности, чтобы создать простой, но привлекательный логотип, который захватывает ваше внимание на нескольких уровнях, как символический, метафорический и семантический.



Рисунок – 3. Логотип компаний Elefont

Для того чтобы создать работающий метафорический логотип, нужно углубляться в изучение целей компании-заказчика, а следом хорошо продумать пути реализации дизайна. После того как изучените и реализуете его, вас ожидает запоминающийся результат, который даже через десять лет будет привлекать своим дизайном.

Символы и метафоры позволяют установить крепкую связь между логотипом и аудиторией. По-настоящему хорошие логотипы доступны и просты, но имеют достаточную глубину, чтобы быть интересными. Они немедленно и интуитивно понятны, но запоминающиеся. И они своевременны и вне времени.

Вот еще пять причин, почему использование метафоры могут улучшить восприятие дизайна у пользователей [3]:

1. Метафоры могут показать незнакомые понятия в конкретных условиях, то есть самые простые и популярные метафоры как иконки помогают пользователям быстро понять концепцию.

2. Метафоры могут создать знакомые ощущения. Так как наш мозг любит классифицировать вещи, мы используем шаблоны и познаем ментальные модели которые помогают нам понять и принять незнакомые вещи и чтобы получить представление ожидаемого результата.

3. Метафоры вызывают эмоции, это означает что впечатления хранятся в памяти пользователя дольше, чем любая другая информация, поэтому дизайн следует разрабатывать более эффективным, приятным и запоминающимся.

4. Метафоры могут привлечь внимание пользователей. Их можно использовать для привлечения внимания в дизайне, потому что вещи, которые узнаваемы, привлекают наше внимание так же, как знакомые лица в большой толпе незнакомых людей.

5. Метафоры могут мотивировать пользователей к действиям. Это происходит когда мы переводим взаимодействия которыми пользуемся, из реального мира в виртуальный. Таким образом мы передаем наши знания по использованию чего-либо даем толчок для интуитивных действий.

Еще один пример, метафора в архитектурном дизайне, которая состоит в том, что для определенной функциональной свойственности объекта подыскивается статистически не свойственный ей образный стереотип.

Рассмотрим архитектурную метафору. Если снова обратиться к языкознанию, то нельзя полностью перенести правила языковой грамматики в язык архитектуры. Однако в архитектурном языке существует раздел, в котором есть похожие функции и играет в целом аналогичную роль. Это – архитектурная метафора [5].

Метафоры лежат в основе образования архитектурных знаков. Дальнейшее развитие и распространение метафор приводит к появлению словосочетаний, а постоянная повторяемость когда-то новой формы – к архитектурному знаку.

Метафоры делятся на 3 типа: простые метафоры, смешанные метафоры и намекающие метафоры [6].

1. К простым метафорам относятся однозначные метафоры, которые возникают независимо от разницы менталитетов или местных смысловых кодов. Это метафоры буквальные. Они могут быть как положительными, так и отрицательными (что встречается в архитектуре значительно чаще).



Рисунок – 4. Простая метафора (Выставочный павильон Дом-рояль со скрипкой)

2. К смешанным метафорам относятся образы, сочетающие в себе совокупность самых разных простых метафор. Чем невероятнее сочетание идей в сооружении, чем больше

это сооружение поражает наше воображение и чем дольше оно остается в памяти – тем больше его восприятие относится к типу смешанных метафор. Смешанная метафора включает в себя и органические, и сюрреалистические, и рациональные, и прочие метафорические эффекты. Она позволяет сочетать как популярные, так и элитарные визуальные коды, как положительные, так и отрицательные эмоции. Чем сложнее смешанная метафора – тем больше внимания она к себе привлекает.



Рисунок – 5. Смешанная метафора (Отель Marques De Riscal Elciego Испания)

3. Но наиболее сильной является намекающая метафора. Эта метафора не буквальна и не инфантильна. Это лишь наведение на мысли, толчок для поиска собственных ассоциаций. Она создает иконический знак и идет от него через ассоциативный ряд. Изменения короткоживущих кодов архитектурного языка не влияет на легкую загадочность и, одновременно, на многозначность ее образа.

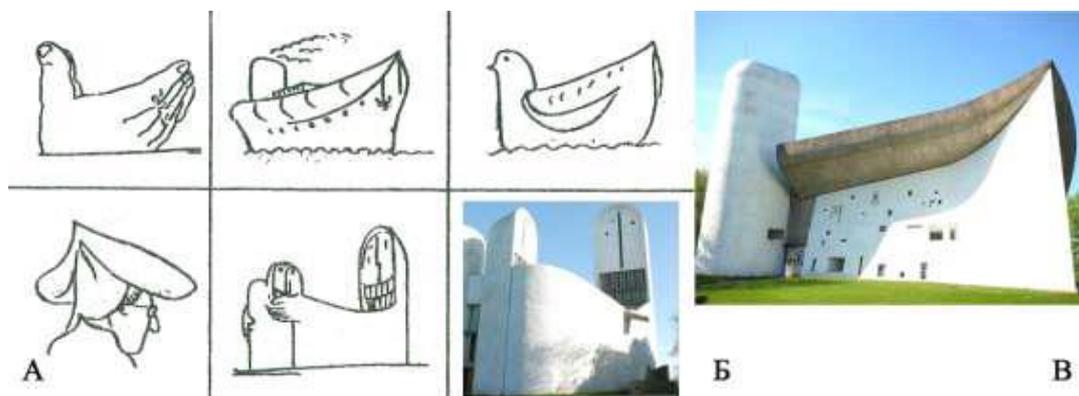


Рисунок – 6. Намекающая метафора (Ле Корбюзье. Капелла Роншан. А – метафоры Роншана, выполненные Х. Шокеном на семинаре по архитектурной семиотике в Лондоне. Б, В – виды с юго-востока и юго-запада)

Рассмотрим примеры метафоры в греческой архитектуре, которые великолепны по ясности и силе художественной выразительности, но немногочисленны. Греки и в поэзии пользовались метафорой весьма умеренно. Гегель указывает, что метафора, останавливая внимание на частностях и привлекая внимание к образам, чуждым произведению, является по существу смешением, не свойственным, как правило, совершенной однородности и простой замкнутости греческих произведений [7].

Любой язык, в том числе и архитектурный, оперирует в своей основе определенным

набором каких-то смысловых целостностей, которые в лингвистике называются словами.

Метафоры в проектной практике современного дизайна связано с тем, что дизайнер, работая над формой объекта, втягивает в себя смысловые объекты бытия. Как показывают исследования различных областей дизайна, универсальным для всех видов искусств становятся: метафора, аллегория, символ, но несмотря на рассмотрение метафор в проектной практике дизайна используются такие тропы как аллегии и символы. Таким образом, метафора становится универсальным средством в решении проектно-художественных задач. Каждая проектно-художественная задача подразумевает определенного потребителя и соответствующие дизайнерские позиции [8, 9].

Для выражения разных смыслов используются разные типы иносказаний, такие как аналогия и метафора. Используя их вы сможете проще донести до пользователя то, что хотели донести. Метафоры и аналогии не просто полезные инструменты, для обучения и помощи пользователям, это так же механизмы, превращающие приемлемое содержание в контент, способные влиять на восприятие людей, а хорошие продукты – в лучшие продукты.

Список использованной литературы

1. Лучкова В.И. Введение в архитектурную семиотику: учебное пособие. – Хабаровск: Изд-во Хабар, гос. техн. ун-та, 1997. – 78 с.
2. Аристотель. Поэтика / пер. М.Л. Гаспарова // Аристотель. Сочинения: В4-х т. Т.4. – М., 1984.
3. Коломийцев Леонид. Пять причин, почему метафоры могут улучшить пользовательский опыт (UX): [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.aweb.ua/pyat-prichin-rochemu-metafory-mogut-uluchshit-polzovatel'skij-opyt-ux/>
4. Метафоры и аналогии в продуктивном дизайне: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pvsm.ru/dizajn-interfejsov/255733>
5. Блэк, М. Метафора // Теория метафоры: Сборник / сост. Н.Д. Арутюнова. – М.: КомКнига, 2007. – 288 с.
7. Белов М. Архитектурные метаморфозы // Архитектурный вестник. 1996. №3, СПб, 1996
8. Грубе Г., Кучмар А. Путеводитель по архитектурным формам. – М., 1990. – 216 с.
9. Ричарде, А.А. Философия риторики. Метафора // Теория метафоры: Сборник. – М.: Прогресс, 1990 – 512 стр.

ӨОЖ 74.01/.09

ДИЗАЙН-ОЙЛАУ ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ ТӘСІЛ РЕТІНДЕ

Таттығали Айгерім Жанатқызы

aigerim.tattigali@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, «Дизайн және инженерлік графика» кафедрасының

3 курс студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – аға оқытушы Замзагуль Беккуловна Бозтай

Қазіргі кезде дүние жүзі бойынша ақпараттың шексіз көптігі және сараптамадан сапалы түрде өтпеуі бәрімізге мәлім. Осындай мәселеге орай, кез-келген жағдайда адамдардың дұрыс шешім қабылдауы өте маңызды рөл атқарады. Осы мақаланың жазылу мақсаты – қазіргі кезде өте өзекті болып табылатын, оң шешім қабылдауда қолданылатын жаңа тәсіл – дизайн-ойлау туралы болады.

Дизайн ойлау - бұл аналитикалық тәсіл емес, шығармашылыққа негізделген инженерлік, бизнес және басқа да міндеттерді шешу әдістемесі. Конструкторлық ойлаудың негізгі ерекшелігі аналитикалық ойлаудан айырмашылығы сыни талдау емес, кейде күтілмеген идеялар бұл мәселені шешуге әкелетін шығармашылық процесс. Ол – бұл әлемнің