



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

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

көзқарасы, адамның қоршаған айналасын өзгерту және оны ұйымдастыру үшін қажет. Шығармашылықтың ғылыми нейро- және мінез-құлықты зерттеуінде дихотомиялық аналитикалық-шығармашылық ойлау туралы бекіту «халықтық» психологиядағы танымал қателіктердің бірі ретінде қарастырылады. Зерттеушілер тәжірибелерде және креативті үрдістерде міндетті түрде әртүрлі үлгілерді ескереді және олар жаңа, бірақ, пайдалы жаңа нәтижеге жету үшін де маңызды. Сонымен қатар, ойлау кезеңдерінің, «идеялардың қалыптасуы» кезеңінен басқа, барлық сатылар аналитикалық болып табылатындығын көруге болады. Мәселен, «дизайнерлік ойлау» әдіснамасы шеңберінде қарама-қарсы ойларды дұрыс деп санауға болмайды.

Дизайн-ойлау – бұл ең алдымен пайдаланушының мүдделеріне бағытталған мәселелерді шешудің бір жолы. «Адамның пайдасы + технологиялық мүмкіндіктер + бизнес мүдделерін есепке алу» формуласы тұрақты өнімге әкеледі. Дизайн ойлау ойшылдары бұл құралдарды барлық салалар үшін шектеусіз – бизнес мәселелерін шешуге, білім беру жобаларына, тіпті, балаларды тәрбиелеуге қолдануға болады деп санайды.

Герберт Саймон дизайн-ойлау идеясын 1969 жылы «Жасанды ғылымдар» кітабында жариялады. Кейінірек бақылау, эксперимент және жылдам өзгерістерге негізделеді. Бұл көзқарас басқару жүйесіне енеді. 90-жылдарда Дэвид Келли IDEO негізін қалады. Компанияның ресми доктринасы – дизайнерлік ойлау болып табылды.

«Wonderfull» компаниясында дизайнды қолдану арқылы келіссөздерді жақсартуға шешім қабылданды. Керекті нәтижеге жету үшін әртүрлі жағдайларды модельдеп, не болып жатқанын байқамақ болды. Олар белгілі прототип ойлап, сол прототиптік сынақтар көмегімен шешім келіссөздер сапасын жақсартты.

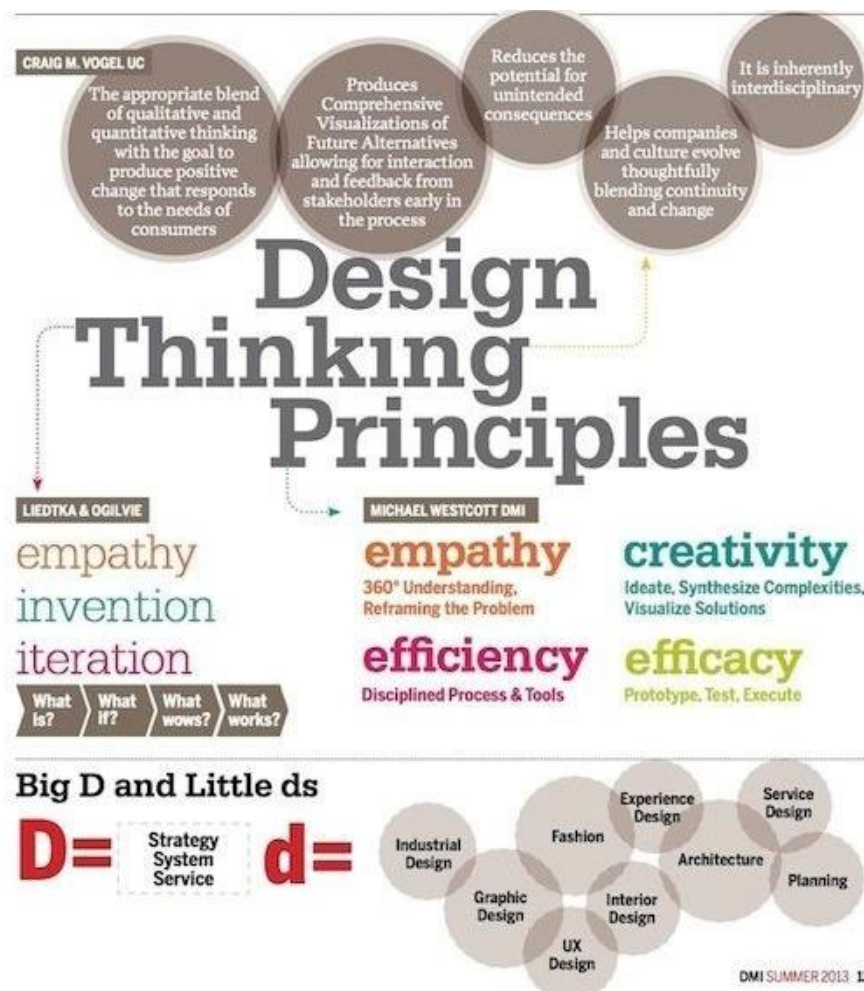
«Дизайн әлемді өзгерте алады, тек оны көруге мүмкін емес. Бизнес кәсіптің ең ықпалды мекемелеріне тиесілі. Біз, осы екі жұмыс әдісін біріктіргенде ғана планетаны жақсартамыз», – Лиедтка Жанна және Огилви Тим «Дизайнер деп санайық» кітабынан [1].

Шығармашылық – келесі төрт өлшем бойынша анықталуы мүмкін:

- жаңалық;
- пайдалылығы;
- эстетика;
- түпнұсқалық.

Алғашқы екеуі негізгі деп аталады. Сонымен, «Creativity Research Journal»-дың редакциясының мәтіндері былай делінген: «Түпнұсқалық өмірлік маңызды, бірақ ол жарамдылықпен теңдестірілген болуы керек» (Runco, 1988, 4). Дизайн-ойлауы көп салалы болып табылады және дизайн және сәулет саласында ғана емес, сондай-ақ бизнес және ақпараттық технологиялар, оқыту, медицина және инжинирингте қолданыла алады (Браун, 2008). Бұл әдіс, мәселенің айқын шешімі немесе жеткіліксіз ақпарат болмаған кезде, командаға белгісіздік жағдайында жұмыс жасауға мүмкіндік береді [2].

Дизайн бұл қолайлылықты болжап, нәтижеге қол жеткізу үшін қажет ауқымды сала болып табылады. Белгілі орында басқарушы қызметін атқаратын қызметкерлер маңыздылығы: проблемаларды айқындау, іздеу шешімдері мен олардың әрқайсысында нақты шешімдер қабылдау. Менеджерлер, дизайнер ретінде ойлап табуға тырысады, клиенттердің орналасу орындарына тапсырыс береді (ағылшын тілінде адамдық орталық дизайн, HCD) көрінеді. Міне, дизайн-ойлау – бүгінгі күндегі басты бизнес-трендтердің бірі болып табылады. 1-суретте ағылшын ақпараттық қорынан алынған инфограммада дизайн-ойлау стратегиясы көрсетілген.



1-сурет. Дизайн-ойлау стратегиясы жайлы ағылшын ақпараттық қорынан алынған инфограмма

Дизайн-ойлаудың стандартты әдісі 5 қадамнан тұрады, олар:

- эмпатия;
- фокусталу;
- идеялар ойлап табу;
- прототиптендіру;
- тестілеу.

Эмпатия. Дизайн-ойлау процесінің бірінші кезеңі, мәселенің эмпатикалық түсінігін алу болып табылады. Бұл адамдарға өздерінің тәжірибелерін және ынталылығын қарастырып, сондай-ақ, өздеріне қатысты мәселелерді тереңірек түсіну үшін физикалық ортада өмір сүруді қадағалау, жан-жақты қарау арқылы алаңдаушылық туралы көбірек білу үшін сарапшыларға кеңес беруді қамтиды. Эмпатия дизайнерлік ойлау сияқты адамгершілік жобалау үдерісінде шешуші рөл атқарады және дизайнерлік ойшылдарды тұтынушыларға және олардың қажеттіліктеріне қатысты түсінік алу үшін әлемге қатысты өз жорамалдарын бөлуге мүмкіндік береді.

Сәйкестендіру кезеңі барысында эмпатия кезеңінде жиналған ақпараттар талданады. Қарастырылып отырған белгілі бір мәселе шешілу барысында осы кезеңге мән бөліп, тұтынушы көзқарасы тұсынан мәселені адамгершілікке негізделіп анықталуы осы кезеңде басты рөл атқарады.

Белгілеу кезеңі топтағы дизайнерлерге проблемаларды шешуге мүмкіндік беретін функцияларды және басқа да элементтерді жасау үшін жақсы идеяларды жинақтауға

көмектеседі немесе ең аз дегенде, пайдаланушыларға ең аз қиындықтармен мәселелерді шешуге мүмкіндік береді.

Идеяларды құру. Дизайн-ойлау үдерісінің үшінші кезеңінде дизайнерлер қойылған мәселеге сәйкес бағыттала отырып, идеяларды шығаруға дайын болады.

Прототипті жасау. Дизайнерлік топ енді өнімнің арзан, ауқымды нұсқаларын шығарады немесе өнімнің ішіндегі ерекшеліктері бар, сондықтан алдыңғы кезеңде пайда болған проблемалық шешімдерді зерттей алады. Прототиптерді команданың ішінде, басқа бөлімдерде немесе дизайн топтарынан тыс адамдардың шағын тобында бөлісуге және сынауға болады. Бұл эксперименттік фазасы және мақсаты - алғашқы үш кезеңде анықталған әрбір проблема бойынша ең жақсы шешімді анықтау. Шешімдер прототиптер шеңберінде жүзеге асырылады және олар бір-бірден зерттеледі және қабылданады, жетілдіріледі, қайта қарастырылады немесе пайдаланушылардың тәжірибесі негізінде қабылданбайды. Осы кезеңнің соңында дизайн тобы өнімге тән шектеулер туралы жақсы түсінікке ие болады.

Тестілеу. Дизайнерлер немесе бағалаушылар прототиптік сатыда анықталған ең жақсы шешімдерді пайдалана отырып, өнімді толықтай сынап көреді. Бұл 5 сатылы модельдің соңғы кезеңі, бірақ итеративті үдерісте тестілеу кезеңінде туындаған нәтижелер бір немесе одан да көп проблемаларды қайта анықтауға, пайдаланушылардың түсінігін, пайдалану шарттарын, адамдар қалай ойлайды, өзін ұстай білу, сезіну және сезімге бөлеу деген секілді критерийлік сұрақтарға жауап береді. Тіпті осы кезеңде де проблемалық шешімдерді болдырмау және өнім мен тұтынушыларды мүмкіндігінше терең түсіну үшін түзетулер жасалады [3].

Қорытындылай келе, дизайн-ойлау – бұл адамның қажеттіліктерін, технологияның мүмкіндіктері мен іскерлік табысқа қойылатын талаптарды біріктіру үшін дизайнерлік құралдан алынған инновацияға адамгершілік көзқарасы болып табылады. Ол тұтынушыларды немесе пайдаланушыларды сынақтан өткізу және нақтылау үшін прототиптер сериясын құрастыру арқылы инновацияның белгісіздік пен тәуекелін азайтады. Дизайн ойластырушылары тарихи деректерді немесе нарықты зерттеуді емес, шынайы әлемдік эксперименттерден алынған тұтынушылық түсініктерге сүйенеді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Thinking strategies. [Электрондық ресурс] – Көру режимі: <http://dstudio.ubc.stfi.re/2011/08/25/thinking-strategies/?sf=zpgwzwi>
2. Stages in the Design Thinking Process. [Электрондық ресурс] – Көру режимі: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
3. Design thinking is a process for creative problem solving. [Электрондық ресурс] – Көру режимі: <https://www.ideo.com/pages/design-thinking>

Подсекция 11.5 «Инженерная графика»

ӘОЖ 7.74

ВЕБ-ДИЗАЙНДАҒЫ ЖАҢА БАҒЫТ ЖӘНЕ ОНЫҢ АДАМ ӨМІРІНДЕГІ РӨЛІ

Абдраимова Дана Маратовна

art.des07@list.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Сәулет-құрылыс факультеті

Дизайн және инженерлік графика кафедрасының студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі - З.Б. Бозтай

Қазақстанда қазіргі уақытта веб-технологиялардың UX және UI жаңа бағыттары орын алуы байқалуда. Сайттардың адамдармен өзара әрекетіне барынша назар аударылуда және