

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



Студенттер мен жас ғалымдардың  
**«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016»** атты  
XI Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XI Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
**«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»**

PROCEEDINGS  
of the XI International Scientific Conference  
for students and young scholars  
**«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір  
Астана

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың  
«Ғылым және білім - 2016»  
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XI Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS  
of the XI International Scientific Conference  
for students and young scholars  
«Science and education - 2016»**

**2016 жыл 14 сәуір**

**Астана**

**ӘӨЖ 001:37(063)**

**КБЖ 72:74**

**F 96**

**F96** «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2016. – .... б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

**ISBN 978-9965-31-764-4**

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.

**ӘӨЖ 001:37(063)**

**КБЖ 72:74**

**ISBN 978-9965-31-764-4**

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия  
ұлттық университеті, 2016

соответствующего товара, не может быть ничем заменена. Хорошая упаковка экономит много больше средств, чем стоит сама.

#### **Список использованных источников**

1. Баблюк Е. Перспективы применения нанотехнологий и современная упаковка / Е. Баблюк // Тара и упаковка. - 2007.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, общ.ред. Г.Л. Багиев. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб. [и др.]: Питер, 2010.
3. Галант А. Упаковка, готовая к выкладке - будущее российского ритейла / А. Галант // Тара и упаковка. - 2010. - №3.
4. Глухов В.В. Менеджмент: учебник для вузов / В.В. Глухов. - 3-е изд. - СПб. [и др.]: Питер, 2008. - 600 с.
5. Ларионов В. Упаковка на современном продовольственном рынке России / В. Ларионов // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2009.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие / ред. Н.А. Нагапетьянц. - М.: Вузовский учебник, 2007. - 271 с.
7. Ларионов В.Г., Скрыпникова М.Н. Упаковка как фактор маркетинговой деятельности // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. №6.
8. Наталья Обухова. Одежда для брэнда // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. №11.
9. Гавриленко Н.И. Основы маркетинга: учеб. Пособие для студ. высш. заведений / Н.И. Гавриленко. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 320 с.

УДК 72.017.9

### **КОНЦЕПЦИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ БРОШЮРЫ-ПУТЕВОДИТЕЛЯ ДЛЯ ТУРИСТОВ**

**Шмелев Михаил Юрьевич**

[mdizayner@inbox.ru](mailto:mdizayner@inbox.ru)

Магистрант кафедры «Дизайна и Инженерной графики» ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана,  
Казахстан

Научный руководитель – д.п.н., профессор Т.К. Мусалимов

В современных условиях такие термины как «дизайн» или «оформление», непременно связаны с «моделированием», «проектированием» поскольку этот процесс предусматривает разработку определенной идеи и ее воплощению в печатном или цифровом виде.

В наше время дизайн называют дизайном цифровой эпохи, постиндустриальным дизайном с широкой амплитудой действий - от функционального до подчеркнуто зрелищного [1, с.10]. Потребность в наглядности посредством визуальных коммуникаций [схема 1] становится все более востребованным и информативным практически в любой сфере деятельности человека. Но если визуальная коммуникация посредством простых плоских изображений является доступной и имеет достаточно большой опыт в моделировании и демонстрации как к примеру, растущая популярность использования инфографики (наглядно передающая сложную информацию), то с развитием мобильных устройств и мобильного интернета, появилось совершенно другое решение. На наш взгляд, существенно расширить возможности визуальной коммуникации позволила технология дополненной реальности, которая может не только наглядно продемонстрировать мультимедийные объекты в естественной среде, но также имеет возможности удобного перехода к ресурсам всемирной глобальной сети интернет. Но каковы перспективы использования этой технологии с практической точки зрения?



Схема 1

Актуальность заключается в достижении достаточно развитого уровня информационно-коммуникационных технологий в Казахстане для удовлетворения всех технических условий по использованию технологии дополненной реальности, но широкого применения в сфере визуальных коммуникаций не наблюдается. Если рассматривать тенденции собственных исследований, практических разработок и их применений в целом, то надо понимать, что создание принципиально новых технологий - ресурсоемкий процесс, доступный только крупным технологическим корпорациям [2]. Интеграция в области мультимедийных и мобильных технологий образовали новую потенциально-перспективную технологию дополненной реальности, позволяющую существенно расширить возможности в сфере визуальных коммуникаций. В настоящий момент

благодаря развитию информационных устройств, появились и более широкие возможности, которые существенно упрощают визуальное восприятие, но у нас в стране они по большей части не используются. Какова же роль развития визуальных коммуникаций и преимущества от их применения?

Согласно физиологическим исследованиям зрительного восприятия доктора Ph.d. Л.Бурмарк писателя нескольких книг и статей по визуальной грамотности (Торнбургский центр профессионального развития) - 80% людей помнят то, что они видели и что делали, а визуальная информация обрабатывается мозгом человека в 60 000 раз быстрее, чем простой текст [3, с.114] — очевидно, что визуальное общение в разы превосходит вербальное по эффективности. Мы являемся свидетелями существенного повышения роли и места информации в жизни личности, общества, государства. Информация сегодня превратилась в мощный реально ощутимый ресурс, имеющий даже большую ценность, чем природные финансовые, трудовые и иные ресурсы [4, с.1]. Информация стала товаром, который продается и покупается. Надо понимать информация сама по себе ничего не стоит. Стоят лишь связи общего с частным, которые определенная информация имеет в реальном мире. То есть: мы не продаем информацию, а продаем потенциальную связь этой информации с прагматикой жизни. Человек вкладывает смысл в изображение, которое передает определенное сообщение.

В туристической отрасли использование дополненной реальности может стать наиболее удачным решением, в качестве интеграции виртуального контента и компактного бумажного носителя, например туристической брошюры. В дополнение к печатной информации, выступают виртуальные дополнения, которые могут быть наложены в виде: видеоролика (коротко демонстрирующий тематику брошюры), виртуальных ссылок на основные достопримечательности города, ссылок прямых переходов на тематические ресурсы в интернете, ссылки на прямые контакты и т.д. (рисунок 1).

Таким образом и обуславливается такой повышенный спрос на разработку информативного образа посредством визуальной коммуникации в современной жизни, реклама становится двигателем по реализации продукта. Благодаря этому, за последние несколько лет происходит развитие электронных устройств, включающих хранение, обработку и передачу информации. Портативные устройства позволяют получить доступ к всемирной информационной сети интернет. А современные технологии позволяют не только получить доступ к мультимедиа, но и увидеть эту информацию в реальной жизни. Для осознания возможностей этих технологий, рассмотрим некоторые взаимосвязности передачи информации посредством визуальных коммуникаций.

Использование технологии дополненной реальности позволяет расширить возможности туристической брошюры до интерактивного через приложение смартфона и доступу к сети интернет. Сосредоточить весь виртуальный контент в наиболее удобном виде



Рисунок 1

- привязке печатной продукции к необходимой дополняющей информации. Таким образом, чтобы благодаря виртуальному контенту, можно было не только получить всю необходимую информацию в удобном для восприятия виде (визуально с аудио-сопровождением), но и ориентироваться на карте местности среди интересующих объектов, иметь возможность прямого набора номера одним кликом.

Для обеспечения демонстрации виртуального контента используется приложение - браузер дополненной реальности, собственный смартфон и доступ к интернету (вай-фай или мобильный интернет).

Такое получение дополнительной информации, где интерфейсом выступает реальное печатное издание, достаточно эффективно, ведь сам контент может меняться независимо от нахождения носителя (связь

реального и виртуального будет обеспечивать Интернет-соединение). В качестве универсальных кнопок для иностранцев могут служить значки, предоставляющие ссылку на более полный источник в интернете. Все это позволяет сделать из брошюры более сложный информационный носитель - насыщенный разнообразными ссылками и при этом простотой в обращении.

По результатам проведенного экспериментального исследования со студентами специальности «Дизайн» Евразийского национального университета им. Л.Н.Гумилева, выяснилось, что демонстрация технологии дополненной реальности вызывает повышенный интерес у начинающих дизайнеров. В качестве основного инструмента по отображению контента выступили их же собственные мобильные телефоны, получить информацию таким способом оказалось им куда интереснее. А для организации доступа к виртуальным объектам, было достаточно обеспечить их доступом к сети интернет (посредством беспроводного источника wi-fi), заранее подготовить несколько маркеров с различными визуальными данными – электронной веб-страничкой, трехмерными объектами, анимацией, интерактивными визитками, мультимедийными изображениями.

По результатам опроса студенты специальности «Дизайн» ранее с этой технологией не сталкивались и остались под стойким впечатлением. Следует также заметить, что несмотря на полное соблюдение условий демонстрации для всех принимающих в эксперименте по ознакомлению с практическим применением дополненной реальности, а именно - отсутствием у 7% студентов возможности к использованию собственного мобильного телефона в качестве инструмента по отображению контента, они примкнули к остальным участникам. Условия эксперимента не предполагали обязательного участия группы студентов, при этом было и обязательное задание последующего занятия, поэтому 3% увлеченных подготовкой к нему дополненной реальностью не заинтересовались, в то время как остальные 97% приняли решение узнать что-то новенькое и поучаствовать в опросе.

Студенты охотно обменивались специальными маркерами, а также делились между собой новыми впечатлениями. После эксперимента, 30% обратились с просьбой оставить маркеры себе для дальнейшей самостоятельной демонстрации. Единогласными были и мнения о перспективах пользы дальнейшего практического применения – основная масса студентов экспериментального исследования предложили свои варианты по реализации

подобных продуктов в повседневной жизни и их расширенными преимуществами над традиционными.

Следовательно, согласно результатам анкетирования группы студентов 2-го курса специальности «Дизайн» Евразийского национального университета, технология дополненной реальности существенно расширяет возможности восприятия визуальной информации. В качестве инструмента для демонстрации дизайн-проектов, а также мультимедиа-контента использование данной технологии позволяет наглядно продемонстрировать как простые, так и сложные объекты дизайн-моделирования в реальном времени, а использование современных средств коммуникации - расширить географию использования ограниченную лишь доступом к интернету и мощностью устройства отображения.

Таким образом, современная визуализация данных позволяет достижению качественно-нового уровня передачи информации посредством дополненной реальности в туристической сфере.

#### **Список использованных источников**

1. Аронов В.Р. Современная теория дизайна. Российская академия художеств. Научно-исследовательский институт теории и истории изобразительных искусств – 2009 г. №5. 318 с.
2. Указ Президента № 1096 от 17.05.2003 г.
3. Lynell Burmark. *They Snooze, You Lose: The Educator's Guide to Successful Presentations*. Published May 17th 2011 by Jossey-Bass. ISBN: 978-0-470-90290-5. 320 p.
4. В.А.Копылов. Информационное право. 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Юристъ, 2002. – 512с.

ӘОЖ 72.05

### **ҚАЗІРГІ ЗАМАНАУИ ДИЗАЙН ӨНЕРІНДЕГІ КЕСКІНДЕМЕНІҢ ОРЫНДАЛУЫ**

**Шүкіржан Жаннұр Танатқызы**

[janka\\_11\\_95@mil.ru](mailto:janka_11_95@mil.ru)

Л.Н. Гумилев атындағы ЕНУ сәулет-құрылыс факультеті  
«Дизайн және инженерлік графика» кафедрасының студенті, Астана, Қазақстан.

**Түсіпбекова Шолпан Мұқаметқанқызы**

[tusupbeckova@yandex.ru](mailto:tusupbeckova@yandex.ru)

Л.Н. Гумилев атындағы ЕНУ сәулет-құрылыс факультеті  
«Дизайн және инженерлік графика» кафедрасының аға оқытушысы, Астана,  
Қазақстан.

Кескіндеме - өзіне еліктіріп әкететін, өнер әлеміндегі орасан зор, ол адамзат дамуының таң шапағатында, біздің тарихтан бұрынғы ата – бабаларымыздың үңгірінде дүниеге келді. Сан ғасырлар бойына суретшілердің басшылыққа алған идеялары, олардың ұмтылыстары өзгеріп отырды, бір стильдің орнын екінші стиль басты. Бірақ бәрібір кескіндеме жасап, дами берді. Дәл осы жерде айта кету керек әсіресе Дизайн саласына кескіндеме аса қажет. Және жақсы жолға қойылған, өзінше дамып келеді. Бүгінгі күнде қарқынды дамып сұранысқа қажетті болып тұрған мамандықтардың бірі осы дизайн болғандықтан, біз бәр күшімізді осы кескіндемеге салуымыз қажет, өз деңгейінде білім алушыға үйретуіміз қажет. Үйткені ол сәулеттік дизайн мамандығында оқитындарға жобалауда яғни түспен клаузура жасауға, интерьер сәнін келтіретін картина жазуға, ал графикалық дизайн мамандықтарында оқитындар жарнама бұйымдарының эскиздерін алдымен қолмен түсте орындайды. Сондықтан кескіндеме дизайнерлерге де аса қажет өнер түрі болып табылады.