

Олармен ойдағыдай күресу үшін тапқырлықты, жағдайды бағдарлай білуді көрсету қажет. Ойынды меңгерген адам оның ұйымдастырушысы да, белсенді қатысушысы да болуы керек. Ойынның әр кезеңі белгілі бір педагогикалық міндеттерге сәйкес келеді. Бірінші кезеңде мұғалім балаларды ойынға қызықтырады, жаңа қызықты ойынға қуанышты үміт туғызады, ойынға деген құштарлығын оятады. Екінші кезеңде тәрбиеші тек бақылаушы ретінде ғана емес, сонымен бірге уақытында көмекке келуді, балалардың ойын тәртібін әділ бағалауды білетін тең құқылы серіктес ретінде әрекет етеді [5].

Дидактикалық ойын арқылы танымдық іс-әрекетті белсендіру баланың жеке басының шындықты қоршаған заттар мен құбылыстарға таңдамалы бағыттылығы арқылы жүзеге асырылады. Бұл бағыт білімге, жаңа, жан-жақты және тереңірек білімге деген тұрақты ұмтылыспен сипатталады, яғни. танымдық қызығушылық туындайды. Танымдық қызығушылықты жүйелі түрде нығайту және дамыту арқылы оқуға деген оң көзқарастың, оқу үлгерімінің жоғарылауының негізіне айналады. Танымдық қызығушылық (ізденушілік сипатта). Оның ықпалымен бастауыш сынып оқушысында үнемі сұрақтар туындайды, оның жауабын өзі үнемі және белсенді түрде іздейді. Бұл жағдайда оқушының ізденіс әрекеті ынтамен жүзеге асады, ол эмоционалдық толқуды, сәттілік қуанышын сезінеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Молдашева Р.Н. Оқу үрдісінде оқушының оқу-танымдық қабілетін қалыптастыруда білім сапасын арттырудың жолдары// Тайманов оқулары – 2010. - Орал, 2010. – 70 б.
2. Әлқожаева Н.С., Төлешова Ұ.Б. Білім берудегі педагогикалық технологиялар: Оқу-әдістемелік құрал.- Алматы : Қазақ университеті, 2016.
3. <https://moluch.ru/archive/88/17451/> (қаралған күні 31.01.2025).
4. Жүсіп З.Б. Оқушылардың тұлғалық танымдық дамуының психологиялық ерекшеліктері // Жансүгіров тағылымы: Республикалық ғылыми-практикалық конференция материалдары. - Талдықорған, 2010.
5. https://translated.turbopages.org/proxy_u/ru-kk.ru.19cf118e-679c2e8e-5e812ceb-74722d776562/https://infourok.ru/statya-didakticheskaya-1gra-na-urokah-v-nachalnoj-shkole-7038465.html

Тимошенко В.Л., Педагогический факультет, группа ДИЗ 22-4

(Научный руководитель: Жученко И.А., ст. пр., член Союза Дизайнеров Республики Казахстан)

МЕТАФОРА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТАФОР ПРИ СОЗДАНИИ ЛОГОТИПОВ

Смыслообразование в графическом дизайне является ключевым аспектом, определяющим восприятие и эффективность любого дизайнерского продукта. Этот термин описывает процесс создания и передачи смысла, значений и эмоций через дизайнерские элементы, такие как форма, цвет, текстура, композиция и контекст. Важность смыслообразования проявляется в различных областях дизайна, включая графический дизайн, промышленный дизайн, веб-дизайн, дизайн моды и архитектуру.

Первоначально смыслообразование начинается с понимания целей и намерений дизайна. Дизайнер стремится выразить определенные идеи, концепции или эмоции через свой проект. Это может быть создание логотипа, разработка упаковки продукта, оформление книги или даже дизайн интерьера. Каждый элемент в дизайне должен служить определенной цели и вносить свой вклад в формирование обще

Один из ключевых аспектов смыслообразования – это использование символов и метафор. Символы имеют способность вызывать определенные ассоциации и эмоции у зрителя или пользователя. Например, использование определенного цвета или формы в логотипе может вызывать ассоциации с определенными идеями или концепциями. Это позволяет дизайнеру создавать более глубокие и запоминающиеся визуальные образы.

Еще одним важным аспектом смыслообразования является адаптация дизайна под конкретную аудиторию или контекст. Дизайн должен быть адаптирован к целевой аудитории, учитывая их культурные, социальные и психологические особенности. Например, дизайн интерфейса мобильного приложения для детей должен отличаться от дизайна для взрослых,

учитывая их уровень понимания, визуальные предпочтения и способности взаимодействия с интерфейсом.

Смыслообразование также способствует улучшению пользовательского опыта. Понятный и эмоционально насыщенный дизайн способствует легкости восприятия информации и усиливает вовлеченность пользователя. Например, хорошо спроектированный интерфейс веб-сайта помогает пользователям быстро найти нужную информацию и создает позитивное впечатление о бренде или компании.

Смыслообразование играет важную роль в дизайне, делая его не просто набором визуальных элементов, а мощным инструментом коммуникации, способным передавать идеи, ценности и эмоции. Через использование символов, адаптацию к аудитории и создание положительного пользовательского опыта, дизайнеры могут создавать уникальные и воздействующие проекты, которые оставляют долговременный след в восприятии и понимании мира вокруг нас.

Метафора, в контексте графического дизайна, представляет собой инструмент передачи сложных идей и концепций через визуальные образы. Этот термин происходит от греческого слова «metaphora», что переводится как «перенос». В сущности, метафора использует образный язык для выражения абстрактных понятий путем ассоциаций с более знакомыми или конкретными объектами или явлениями.

В русском языке метафора применяется для создания переносного смысла, что делает выражение более образным и живым. Примерами могут служить фразы «говор волн», «небо нахмурилось», «солнце встало» и т.д. Эти выражения не буквальны, но вносят в речь известные образы и эмоции, делая ее более эффектной и выразительной.

Роль метафоры в графическом дизайне неопределима. Она позволяет создавать визуальные образы, которые не только привлекают внимание, но и коммуницируют сложные идеи через их символическое значение. Метафора «вносит остроту и свежесть в сердцевину критической мысли», как отмечал П. Антокольский. Она может превратить абстрактные концепции в конкретные, чувственно осязаемые образы, которые легко понимаются и запоминаются.

Метафорический подход к визуализации смысла в графическом дизайне базируется на монтаже различных изображений, которые взаимодействуют, чтобы создать новый смысл. Это происходит за пределами пространства изображения, где смысл возникает из взаимодействия объектов или символов. Смысл, подобно огню, «высекается» из столкновения двух изображений, создавая впечатляющие визуальные композиции.



Рисунок 1. Проявление метафоры в современных социальных и рекламных плакатах

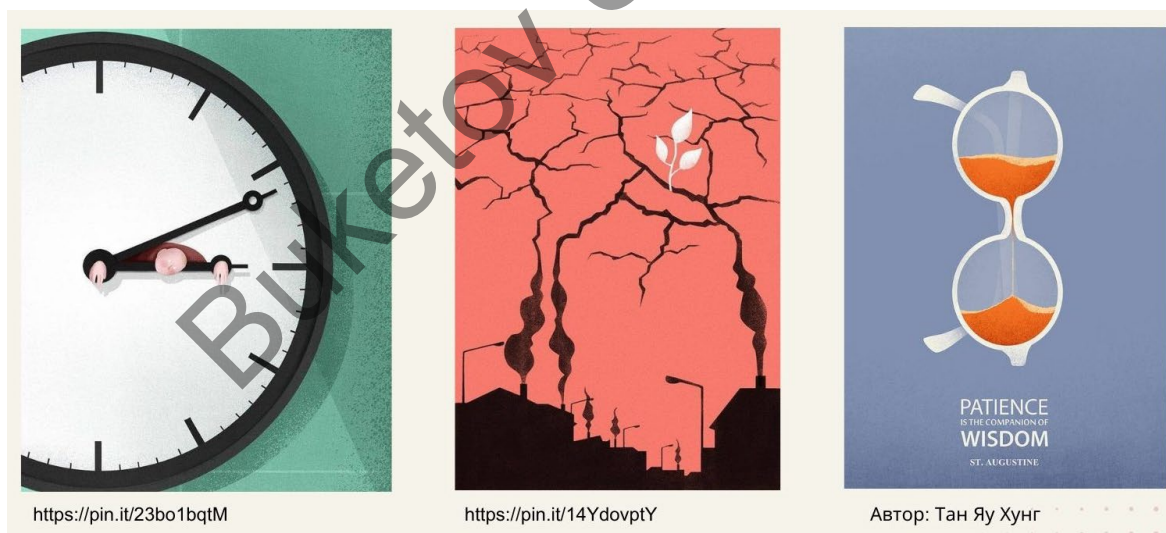
Преимущество метафоры состоит в том, что она оперирует знаниями и опытом, имеющимися у целевой аудитории. Используя образы из реального мира, такие как предметы, события или явления, которые знакомы людям, можно сделать продукт, рекламу, социальный плакат более заметным и понятным.

Сложность метафоры должна соответствовать целевой аудитории. Если продукт ориентирован на широкую массовую аудиторию, то метафора должна быть простой и легко узнаваемой. Например, если вы создаете дизайн для упаковки молочных продуктов, метафора в виде улыбающегося солнца или коровы на лугу будет более эффективной, чем более абстрактные или сложные образы

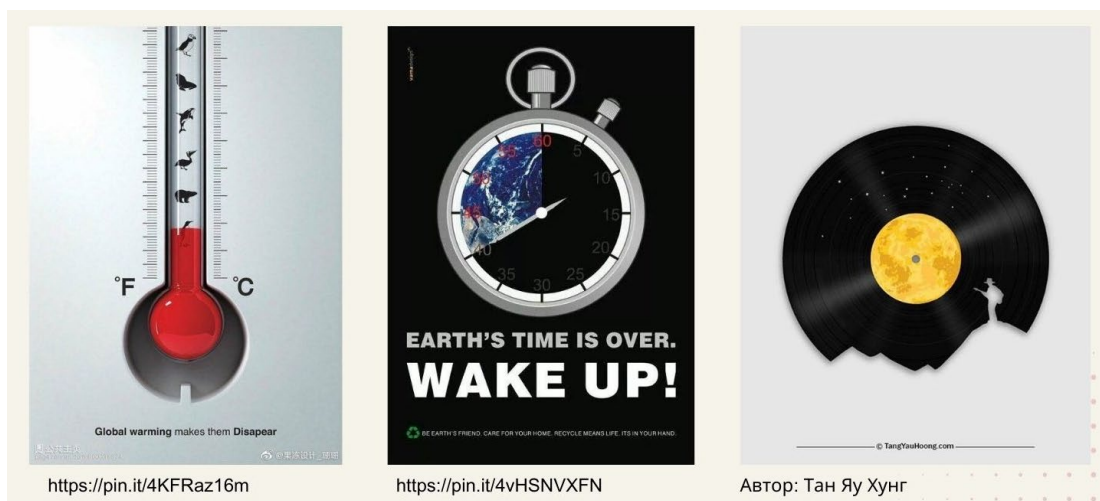
На сегодняшний день для студентов направления «графический дизайн» актуальной является проблема разработки оригинальных логотипов и фирменного стиля. В данной статье мы изучим понятие «графическая метафора», и её роль в создании логотипов.



1. Векторная графика – выразительная, более понятная, чем абстрактная



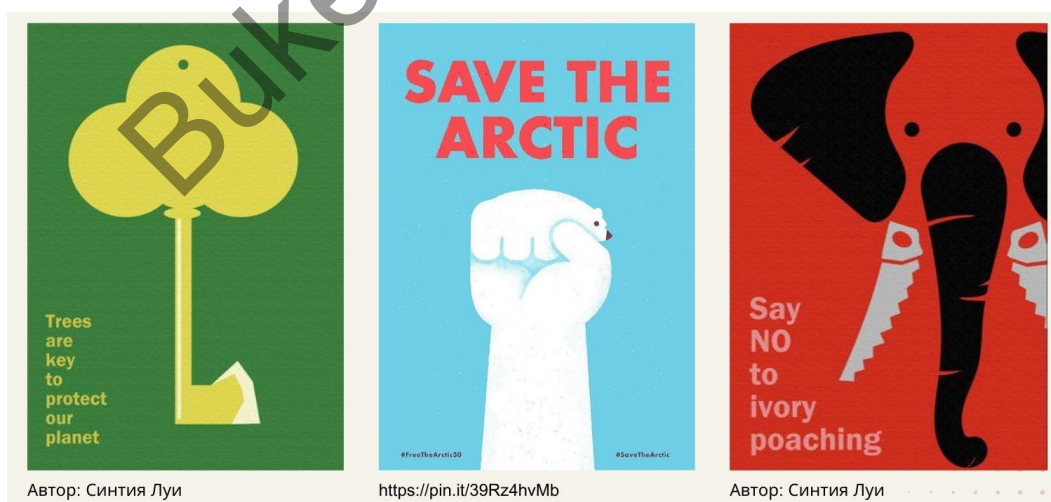
2. Растровая графика – отредактированная, используется совместно с фигурами и элементами векторной графики



3. Типографика – использование букв и текста при создании аналогий



4. Цвет – использование цветов с учётом ассоциаций



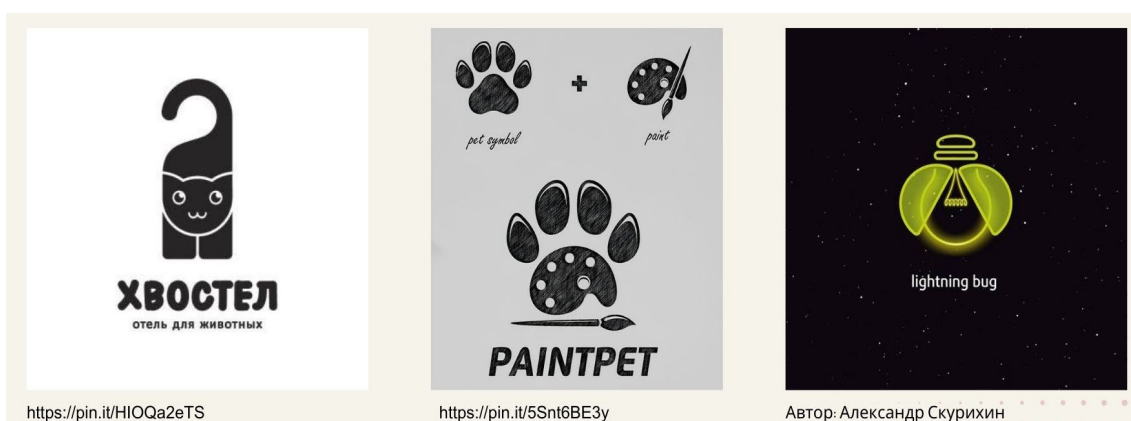
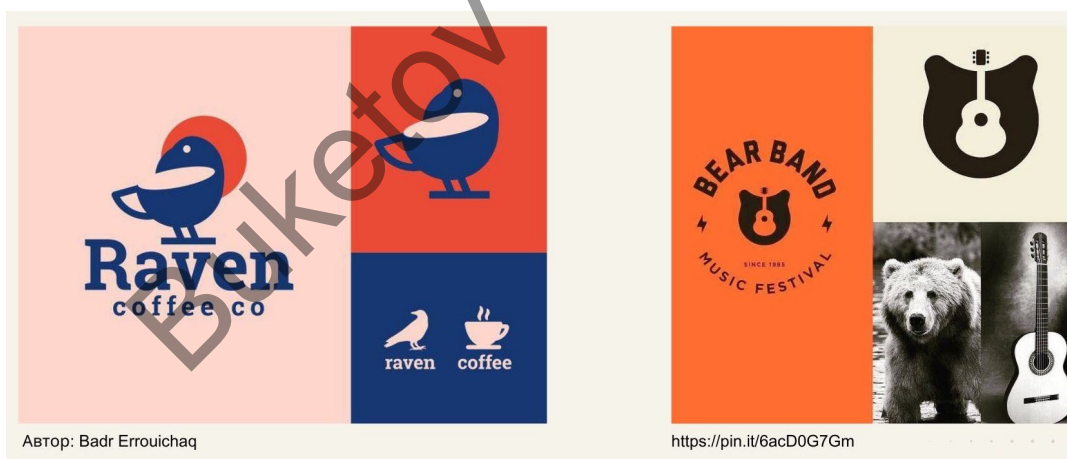
Из литературы мы знаем, что метафора – это оборот речи, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основе аналогии, сходства, сравнения.

Графическая метафора — превращение предметов или явлений в элементы графического дизайна. Такие метафоры встречаются в логотипах, инфографике, иллюстрациях и рекламе: они помогают элегантно донести идеи или привлечь внимание. Основным приём при создании графической метафоры – аналогия.

Перейдём непосредственно к применению метафор при разработке логотипов. Перед началом создания логотипа необходимо изучить принципы и философию компании, её уникальное ценностное предложение. Далее следует составить ассоциативный ряд. Для оригинального и нестандартного логотипа достаточно выбрать ассоциации, о которых не вспоминают в первую очередь, когда думают о продукте или услуге. Хорошая визуальная метафора – способ познакомить потребителей с брендом иносказательно, через интересные концепции в дизайне.

Помимо ассоциаций важно учитывать также культурные особенности страны, жители которой являются основной целевой аудиторией компании. Для анализа и оценки таких особенностей существует несколько различных культурных моделей, такие как: Теория культурных измерений Г. Хофстеде, критерии измерения деловых культур Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера, модель культурного контекста Холла. Если стран-потребителей несколько, логотип должен быть как можно более универсальным. С учётом всех этих аспектов дизайнер может создать несколько вариантов логотипа.

Ниже приведены примеры использования метафор при разработке логотипов.



Практическая значимость использования графических метафор при создании логотипа заключается в нескольких важных аспектах.

–Повышение узнаваемости бренда: метафоры в дизайне помогают сделать логотип более запоминающимся. Когда визуальные элементы логотипа связаны с чем-то известным или понятным, они автоматически ассоциируются с брендом.

–Передача смыслов и ценностей: графическая метафора может ярко передать философию или миссию компании. Например, использование элементов природы может вызвать ассоциации с экологичностью производства или натуральностью продукта.

–Упрощение восприятия: метафоры делают логотипы более понятными и доступными для широкой аудитории, позволяя сократить необходимость в дополнительных объяснениях. Это особенно важно для международных брендов, различные культуры могут иметь схожие ассоциации с визуальными образами.

–Универсальность и многозначность: метафоры в логотипах могут быть многозначными, что позволяет бренду в будущем адаптироваться к различным ситуациям на рынке и в экономике, сохраняя при этом свою узнаваемость.

–Оригинальность и узнаваемость: использование метафор позволяет дизайнерам создавать нестандартные решения, которые выделяют бренд на фоне конкурентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что применение графических метафор является одним из важнейших подходов к разработке логотипа, помогая выразить суть и идеи компании, её ценности и уникальные особенности с помощью визуальных образов. Использование интересных и нестандартных метафор повышает узнаваемость компании, а также выделяет её среди конкурентов.

Список литературы

1. .Стор И.Н. Смыслообразование в графическом дизайне. Метаморфозы зрительных образов. М.: издательство МГТУ им. А. Н. Косыгина. – 2003.
2. Лидвелл У., Холден К., Батлер Дж. Л. Универсальные принципы дизайна / Пер. с англ. – 2022.
3. Интернетресурс: https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00606350_2.html.
4. Интернет-ресурс: <https://capibara.livejournal.com/1335164.html>.

Ушакбаева А.А., Карагандинский университет им. Е.А. Букетова, педагогический факультет, гр. ИЗО-23-2р, студент
(Золотарева Л.Р., к.п.н., профессор, академик)

О РОЛИ КНИГИ В ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Актуальность исследования: Всемирный день книг и авторского права отмечается ежегодно 23 апреля, начиная с 1996 года. Всемирный день был провозглашён на 23-й сессии ЮНЕСКО 15 ноября 1995 года. Решение было принято с целью просвещения и развития культурных традиций, а также с учётом того, что книги являются наиболее важным средством распространения знания и самым надёжным способом его сохранения. В связи с этим актуальность исследования не вызывает сомнений.

При подготовке научного исследования были использованы следующие источники: официальные документы, статьи и труды М. Бектембаева, Е.С. Лихтенштейна, Л.Р. Золотаревой, Жана-Поля Сартра, Антуана де Сент-Экзюпери, материалы интернет ресурсов.

Президент Республики Казахстан Касым-Жомарт Токаев в интервью газете «Ана тілі» на вопрос «Почему вы отдаёте предпочтение печатному интервью, а не другим форматам живого общения с прессой?» ответил: «Чтение периодики – привычка, которая вошла в мою жизнь ещё с молодости... Нельзя недооценивать значение письменных текстов, они всё же служат важным источником информации... Поскольку по своему характеру я аналитик, над текстами выступлений, писем и даже телеграмм я работаю самолично [1, с.4].

Книга – сложное общественное явление. В ней сливаются воедино мысль и слово, наука и искусство, духовная жизнь отдельного человека и всего общества. В ней неразрывно связаны вопросы идеологии, эстетики, информации. Книги – источники знания, несущие свой