

қол жетімді. Көптеген адамдар технологиялық құрылғы болып табылатын смартфонға ие екендігін білеміз. Осының арқасында технологиялық құрылғыларды қолдану іс жүзінде қажет болып жатыр. Шындығында, технология адамдардың ұйымдарына сіңіп кеткені соншалық, кейбір авторлар тіпті бұны қазіргі қоғамның жүрегі деп айтып жатады. Технология мен адам өмірін бөліп ажырату мүмкін емес, олар өзара тәуелді элементтер болып кеткен. Адамдар технологияны қарым-қатынас жасау, саяхаттау, білім алу үшін қолданады, қысқасы өмірімізді жеңілдетеді.

Тағыда сонымен бірге дәл сол адамдар қоғамдағы байқалатын қажеттіліктерге негізделген технологиялық жетістіктерді шығарып жатыр. Технологиялар адами ұйымдардың дамуында іргелі рөл атқарады, өйткені ол күнделікті өмірдің басқа аспектілерімен қатар экономикаға, білімге, өндіріске, адамдар арасындағы қатынастарға араласып және соны қалыптастыру үстінде.

#### **Қолданылған әдебиеттер тізімі:**

1. Букки, Массимиано (2004). [Қоғамдағы ғылым: ғылымның әлеуметтік зерттеулеріне кіріспе](#). Маршрут. б. 168.
2. Взаимосвязь наук. Теоретические и практические аспекты. - М. Наука , 1985.
3. Гайденок П. П. Эволюция понятия науки: становление и развитие первых научных программ. – М.: Наука, 1980. – 566 с.
4. Агацци Э. Моральное измерение науки и техники. М., 1998.
5. Беренано, П. (1977). Технология әлеуметтік және саяси құбылыс ретінде. Wiley & Sons.
6. Местен, Э.Г. (1970). Технологиялық өзгеріс: оның адамға және қоғамға әсері. Гарвард университетінің баспасы.

ӘОЖ 712. 41.3

#### **ТҮСТІҢ ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙН САЛАСЫНДА ҚОЛДАНЫЛУЫ**

**Қайырбек Ақтоты**

[serikovnaktoty@mail.ru](mailto:serikovnaktoty@mail.ru)

Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУнің «Дизайн және ИГ» кафедрасының студенті,

Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Бегімбай К.М.

Қазіргі заманғы дизайн салаларында түстерді қолданудың әртүрлі ағымдары қатар кездесуде. Адамзат қоғамының дамуына байланысты адамның қоршаған ортаға деген көз қарасы елеулі өзгерістерге ұшырап отырғанын дизайн тарихы пәніндегі тарихи шолудан білеміз. Адам талғамымен бірге түске деген көзқарастары да өзгеріп отыратыны заңдылық. Тас дәуірінде адам тек табиғи түстерді ажырата білсе, әртүрлі технологиялардың дамуына байланысты бояулардың пайда болуы қоршаған заттық ортада түстерді белгілі бір ұғымдарға байланысты қолдану кезеңі пайда болды. Атап айтқанда діни көзқарастарға тікелей байланыты түстерді қолдану жүйелері әртүрлі діни ағымдарға тиесілі конондарды, яғни міндетті түрде ұстануға тиіс ережелерді қолдануды бақылау орта ғасырға тән құбылыс екені бәрімізге мәлім. Сонымен қатар әр халықтың дәстүрлік сенім нанымында қалыптасқан түстерге деген көзқарастар осы күнге дейін өміршеңдіктің дәлелі болып отыр. «Этностиль» деп аталатын заманауи дизайндық ағымдар осы күндері қайтадан жанданып, дизайнның әртүрлі салаларында кең қолданыс табуда. Дизайндағы этностиль дегеніміз – ұлттық нақышты заманауи дизайн салаларында қолдану әдісі.



Сур 1. «Этностиль». Ұлттық нақышты заманауи дизайнда қолдану әдісі

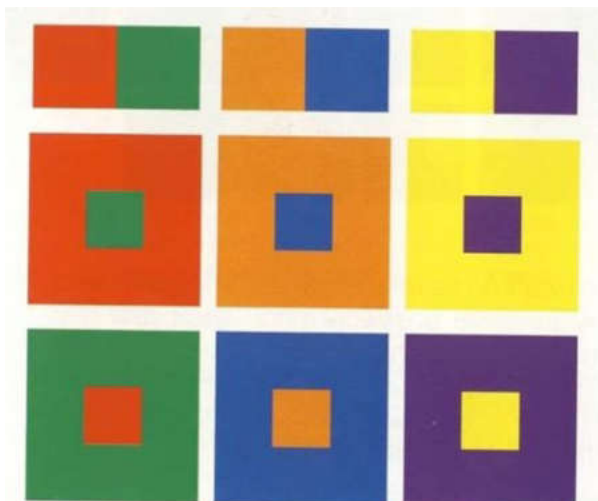
Әрине, этностильді дизайнда қолдану дәл сол ерте заманғы нақышты тура көшіре салу емес. Бұл жерде стилизация әдісін қолдану қажет. Мысалы, қазіргі кезеңде интерьер дизайнды этностильді жиі қолдану көрініс табуда. Бұл жағдайда австралиялық абаригендердің немесе солтүстіктегі эскимостардың тұратын үйшігін тура көшіре салып, жұртшылықты таң қалдырудан аулақ болған жөн. Ең бастысы – қалаған этностильді қажетті мөлшерде және аса талғампаздықпен қолдана білу қажет. Осының дәлелі ретінде өзіміздің қазақи ұстанымдарымыз қайта жаңғырып, қалыс қалған жақтары ғылыми және тәжірибе жүзінде жаңаша көзқараспен қайта қаралып, зерттелуде [1].

Дизайн салаларында түстерді дұрыс қолдану олардың заңдылықтарын жете білуге де байланысты. Түрлі түстердің дұрыс үйлесімі үйлесімді және тартымды интерьердің кепілі болып табылады. Екпінді арттыру үшін түстер бір-бірінен мүмкіндігінше әр түрлі болады. Бұл қосымша түстердің үйлесімділігі болады. Әрине, құрылыс жұмыстарын жүргізе отырып, әркім өзінің ұнататын түсінен сүрініп, содан соң қосымша нұсқауларды алады.

Түс – бұл түрлі қарқындылықтың боялған жарық ағымы, ал жарық – бұл күш қуат. Ғалымдардың пайымдауынша, белгілі бір түстердің әрекетінен адамдардың ағзасында физиологиялық өзгерістер болады. Түстер адамдарды үміттендіруі, қоздыруы, жабырқатуы, тыныштандыруы, тәбетін бәсеңдетуі және ашуы мүмкін. Бұл құбылыс «хромодинамика» деп аталады.

Қорыта келгенде ұлттық мәдениет және оны қалыптастырушы халықтың салт-дәстүрлері мен таным-түсінігін, көзқарасын және дүниетанымын танытуда түр-түс атауларының атқаратын қызметі зор. Түр-түс сырына осыншама мән берілуінің себебі – ең алдымен оның қоғамда, қоғам мүшелері үшін атқаратын қызметіне байланысты. Табиғаттағы түр-түс әлемімен таныс болу, оның тұрмыс-тіршілігімізде атқаратын аса қажетті қызметін білу. Түр-түстің табиғатын білу, құрамын, өлшемін, эталонын анықтау – өмірдің барлық саласында да қажетті, практикалық маңызы зор проблема болып табылады.

Ендігі кезекте түстің графикалық дизайн саласында қолданылуына нақты тоқталып өтейік. Дизайн салаларында түстерді дұрыс қолдану олардың заңдылықтарын жете білуге де байланысты. Сол заңдылықтардың бірі контраст ұғымы.



Сур 2. Контраст ұғымы

Графикалық дизайн салаларының ендігі бір ауқымды саласы фирмалық стильде түстердің қолданылуы мәселелеріне тоқталайық. Фирмалық стиль ұғымы дизайнда қалыптасқан және маңызды орын алатын кешенді графикалық құрылымы бар, құрамына көп элементтер енетін ауқымды қызмет түрінің бірі.

Кез келген кәсіби тұлғаның өзіне ғана тән тұрпаты болуы шарт. Осы құрылымы жағынан көптүрлі бөліктерден тұратын бірақта, сипаты жағынан бірегей бір стильге бағынатын дизайн туындысын фирмалық стиль деп білеміз. Арнайы мамандық пәндерінен осы тақырыпқа байланысты қажетті мағлұматтар мен кәсіби дағдыларыңыз бар. Соларға сүйене отырып, бірегей фирмалық түс ұғымына сипаттама беруге тырысайық.

Фирмалық стильдің құрылымына фирмалық белгі яғни, логотип, фирмалық шрифт және фирмалық түс кіреді. Фирмалық стиль жалпы сипатты көрсетсе, фирмалық түс белгілі бір тауар немесе қызмет түріне немесе жекеленген фирмаға тән. Тұтынушылар үшін күресте, брендингті қалыптастыруда басты құралдардың бірі фирмалық стиль. Бүгінде ол фирманың барлық коммуникациялық саясатының негізі болып табылады. Оны қолдану: безендіруді, түстердің үйлесімділігін, жарнамадағы бейнемен, іскерлік қағаздармен, техникалық және іскерлік құжаттармен, өнімнің қаптамасымен және т.б. бірыңғайлықты ұйғарады.

Фирмалық түс те логотип және шрифтімен бірге заңды тіркеуден өтіп, фирмаға тән деп танылады және заң жүзінде қорғалады. Сондықтан белгілі бір салаға фирмалық түс таңдамас бұрын, нарықтағы аналогтарды зерделеп шыққаннан кейін ғана, ерекше қайталанбайтын түстік шешім табу қажет. Фирмалық болып бір түс немесе екі, үш түстің үйлесімі болуы мүмкін. Фирмалық түс таңдау барысында тауар, қызмет түріне лайықты оның сипатын барынша анықтайтын түс немесе түстер жұбы қолданылады. Түстер анық және контрасты қатынаста болғаны абзал. Көрнекі құралдардағы үлгілерді талдау арқылы оларға нақтылы анықтама беріледі. Фирмалық стиль кәсіпорынның нарықтағы бренд стратегиясының негізгі элементі болып табылады. Оның құрамында, тауар белгісі, логотипі, жазу анықтамалары, фирма лозунгі, фирманың түстік гаммасы, сонымен қатар белгілі бұйымға белгінің басылуы, ғимаратты безендіру, жарнама кіреді.

Фирмалық түс гаммасы. Көптеген компанияның көбінесе өздеріне тән түстер арқылы бірден тануға болады. Басқалардан олардың көбірек есте сақталатыны да сондықтан. Мысалға, «Билайн» компаниясы, сары және қара түс, «Макдональдс» мейрамханалар желісі – қара және сары түс, «Кодак» фирмасы сары және алтын түстес.



Сур 3. Фирмалық түс гаммасы

Фирмалық түс компания қызметімен үйлесіп, сатып алушыға деген эмоционалды әсерін назарда ұстау керек. Компания қызметіне қарай түстің де сипатына мән беру керек, мысалға сақтандыру және қаржы секторлары консервативті түстерді: көк, жасыл таңдайды. Ал егер тауар түрлері көп болса, онда ашық түстер келеді.



Сур 4. Көк түстің фирмалық стильде қолданылуы

Маркетинг пен жарнама өндірісіндегі түстермен ойын белгілі бір түспен байланысты спонтанды реакцияның арқасында маңызды элементке айналды, сол арқылы белгілі эмоционалды реакциялар пайда болды. Көптеген зерттеулер әр түстің әртүрлі реакциялармен қарым-қатынасты сақтайтындығын қолдайды, сондықтан жарнама берушілер оны пайдалануды үйренді. Түстердің бізге қалай әсер ететінін, түстерді қалай қабылдайтынымызды және бізде түрлі түстер диапазоны тудыратын эмоциялар. Бұл зерттеу саласы бәрінен бұрын маркетинг пен жарнамада қолданылды. Жарнамадан көріп, қабылдайтынымыздың барлығы көпшіліктің назарын аудару үшін және белгілі бір топта белгілі бір эмоцияларды ояту үшін жасалған. Алайда, түс психологиясы сатылымды ұлғайтуға арналған жарнамаларға ғана қатысты емес. Түстер, мысалы, дүкенді безендіру үшін немесе белгілі бір брендтің логотипі үшін пайдаланылған, сізде әсерді ояту үшін мұқият таңдалған. Осылайша, сатушылар немесе жарнама берушілер бұл құралды қуаныш, тыныштық, тілек, құмарлық немесе ашуланшақтық сияқты сезімдерді қоздыру үшін пайдаланады. Осыған байланысты біз көптеген жағдайларда өзіміз ойлап тапқан ұтымды ойларды емес, эмоцияларымызды шешетінімізді есте ұстауымыз керек.

Қолданылатын түс сатылымның артуына қатты әсер ететіндігі дәлелденді, сондықтан түс психологиясы жарнаманың маңызды элементіне айналды. Бұған қарсы стратегиялар түрлі эмоцияларға байланысты түстердің түрлі хроматикалық деңгейлерінде қолданылады, коммерциялық процестер үшін түс маңызды.

Қорытындылай келе, баспа құралдарының түрлері газет, журнал және кітаптарда түстерді кәсіби білгірлікпен сауатты қолдану керек. Күнделікті ақпараттарды жарялайтын газеттер мен журналдарда саясат, кәсіпкерлік салалар және жаңалықтарды хабарлау барысында ұстамды, сенім туғызатын түстерді қолдансақ, жарнамалық парақтары бар немесе балаларға арналған баспа құралдардарында ашық түстерді қолдануымыз керек.

### Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Бегімбай К.М. Тұстану. Оқу құралы. – Астана: ЕҰУ, 2017. –78 б.
2. Мажитова Ш, Есембаева А. Түр-түс атауларының зерттелуі хақында. 2012. – 40 б.
3. Лауланбекова Р. Т. Түр-түс компонентті күрделі аталымдардың танымдық сипаты. Оқу құралы. – Алматы, 2010. – 76 б.
4. Шойбеков Р.Н. Түр-түс атауларының танымдық негізі. Оқу құралы. - Игілік,. – 536-б.
5. Ефимов А.В. Цветографика. Монография, –М.: Искусство, 2005. –192 с.

ӨОК 712.41.3

### КАФЕЛЕР ИНТЕРЬЕРІН ЖОБАЛАУДАҒЫ ЗАМАНАУИ ТЕНДЕНЦИЯЛАР

**Қалыбек ШолпанБахтиярқызы**

[kalybek\\_sholpan18@mail.ru](mailto:kalybek_sholpan18@mail.ru)

Л.Н.Гумилев ат. ЕҰУ-нің «Дизайн және ИГ» кафедрасының студенті,  
Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Ғылыми жетекшісі – К.М.Бегімбай

Ерте заманнан бастап сауықханалардың, дәмханалардың, мейрамханалардың қожайындары келермендерді дәмді тамақтандыру ғана емес, сонымен қатар демалуға арналған қолайлы және сүйкімді ахуалды құру өзінің мақсаты ретінде есептеген. Бүгін Қарағандыдағы дәмхана немесе осы сияқты басқа қалалардағы мекемелерге келгенде келермен алғашқысында мекеменің стилі мен ішкі құрылыстың дизайнына назар аударады.

Стильді нақты ішкі құрылыстың дизайнына тән көркемдік тұтастық ретінде қарастыру керек. Қазіргі адамдардың сүйкімді уақыт өткізуіне арналған қоғамдық қоректену кәсіпорындары дизайнға тым қатал. Көбінесе ол эксклюзивті болу, тұрақты келермендердің тобына арналған біртума авторлық дизайнын іске асыру.

Қазіргі уақытта мейрамхана мен дәмханалардың ішкі құрылысын безендіруде түрлі стильдердің араласуы, дизайнерлік рәсімдеудің үрдісі өсіп келе жатыр. Бірақ бастапқы рөлді келермен үшін барлық бөлшектердің ойласымы жайлылықты сезінімімен қиылысы алып жатыр. Сонымен қоса мекеменің тағайындалуы (спецификасы) маңызды орын алады. Мысалы, пиццерия үшін дәстүрлі түрде негіз ретінде итальяндық мейрамханың дизайн-жобасы алынады. Этникалық немесе экзотикалық ас үйге арналған мейрамхана болса, ұлттық айырмашылық дизайны құрастырылады.

Қарапайымдылық пен пропорционалдық ұстанымдарын сақтайтын классикалық стиль әрдайым өзекті болады. Салтанатты декор мен жоғары көркемдік жабдықталуға екпін қоятын рококо стиліндегі қоғамдық қоректену орындары аса танымал. Жеңіл және әдемі декормен ерекшеленетін арт-деко стилінің қайта сәнге келгені аңғартылады. Бұраң және байсалды нобайлаумен, ассиметрия мен табиғи және өсімдік мотивтерімен безендірілген жиһаз декорының үрдісі байқалатын арт-нуво дизайнерлік шешімдері өте қызық.

Сау теңіз ас үйінің көпшілікке мәлім болғанына байланысты пайда болған жерортатеңіздік стилі кең таралды. Осы стильдегі мейрамханалар жарық түстермен, күн көзін мол кіргізетін, әуе кеңістігін үлкейтетін терезелермен ерекшеленеді. Мейрамхананың ішкі құрылысының жерортатеңіздік стилі үшін дәрекілік, қабырғалардың бояу мен әрлеудің қолмен безендірілгені, фактурлығын білдіретін қасиеттері тән.

Шығыс стиліндегі дәмханалар мен мейрамханалардың танымалдылығы кем емес. Бұл ішкі құрылыс этникалық атмосферамен ерекшеленеді. Нәзік және жинақы өрнектермен безендірілген айрықша жиһаз, табиғи реңдер, шамалы ассиметрия мен табиғи маталар – осының бәрі қазіргі заманғы жоғары технологиялық әлемге жетіспейтін табиғи қарапайымдылықты құруға көмектеседі.

Қоғамдық орындарға арналған ішкі құрылыстың қайталанбас дизайнын жасау – ең қиын мақсаттың бірі. Бұл жерде жаңаланған атмосфера келермендерде қандай сезім туғызатынын болжай алу керек. Түрлі елдерде дәмхананы қазіргі безендіруде үрдістер өзінің ерекшеліктерін иелінді,